

令和5年度 シラバス

教 科	商 業	科 目	マーケティング	学 年	第2学年	学 科 類 型	商業科 情報ビジネス科
単位数	2単位	教科書	マーケティング(実教出版)				
副教材	マーケティング問題集 (実教出版)						

学習目標	マーケティングに関する知識と技術を習得し、マーケティングの意義や役割について理解するとともに、マーケティング活動を計画的・合理的に行う能力と態度を育てます。
------	--

キャリア教育の視点	マーケティング活動を計画的、合理的に行うことを目指して思考を深め、基礎的・基本的な知識と技術を基に、ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、表現する創造的な能力を身に付けることができます。
-----------	---

		学習計画及び内容		考 査
1 学 期	4 月	1 章 マーケティングの概要	マーケティングの概要について学びます。	期末 考 査
	5 月	2 章 消費者行動の理解	製品やサービスの購買意思決定過程を具体的に学び、それらに影響を与える要因について考えます。	
	6 月	3 章 市場調査	定性調査や定量調査など、実態調査の種類について学びます。	
	7 月			
2 学 期	8 月	4 章 S T P	市場を細分化し、マーケティングの対象となる消費者を選択し、製品やサービスに対する消費者のイメージを決める手順とそれぞれの内容について学習します。 どのような製品を開発し、生産する計画を立てるのかという一連の手順について学びます。 価格は企業の売り上げや利益に直結する重要な要素であり、企業の利益の実現と社会の長期的発展の基礎になることを学びます。	期末 考 査
	9 月			
	10 月	5 章 製品政策		
	11 月	6 章 価格政策		
	12 月			
3 学 期	1 月	7 章 チャネル政策	消費者に製品を購入してもらうためには、どのような経路で販売すればよいかについて学習します。 消費者の購買行動を促進するプロモーションの種類と特徴について学びます。 マーケティングの考え方を深め、様々な分野に応用する方法について学びます。	学年 末 考 査
	2 月	8 章 プロモーション政策		
	3 月	9 章 マーケティングのひろがり		

学習の方法	学習についての概要を説明し、目標を十分に理解させ、学習に対する意識付けを行います。また、単元ごとの小テストを行い、学習の定着度を確認しながら授業を進めていきます。 学習をただ知識として知るだけでなく、調べたり考えたりしたことを話し合ったり、資料をまとめたり、発表したりすることで、論点を深め、より深い学びにつなげるようにしていきます。
-------	---

評価の仕方	「知識・技術」は、定期考査の成績、課題の提出、積極的な学習態度や取組などから評価します。また、検定試験へ取り組む姿勢や、取得状況も評価の対象とします。大いに上位級の合格を目指してください。 「思考・判断・表現」は、習得した知識や技術を既存の知識や技術と関連付けたり、他の学習や生活の場面で活用したりすることができているか評価します。 「主体的に学習に取り組む態度」は、自らの学習状況を把握し、学習の進め方について試行錯誤するなど自らの学習を調整しながらよりよく学ぼうとしているかどうかという意思的な側面を評価します。
-------	---

備考	
----	--

