

## 令和6年度 商業科「マーケティング」シラバス

単位数	3単位	学科・学年・学級	情報処理科 2年C組
教科書	マーケティング (実教出版)	副教材等	マーケティング問題集 (実教出版) 商業経済検定模擬試験問題集マーケティング (実教出版)

### 1 学習の到達目標

- ・マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付けるようにする。
- ・マーケティングに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
- ・ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

### 2 学習の計画

月	単元名	学習項目	学習内容や学習活動	評価の材料等
4	1章 マーケティングの概要	マーケティングの歴史と発展 現代の市場とマーケティング マーケティング環境の分析 マーケティング・マネジメント	現代市場の特徴を理解し、マーケティングの考え方や手順について学ぶ。 現代市場における消費者保護や環境問題、法令遵守、企業の社会的責任などの重要性について理解を深める。 マーケティングの意義や一連の流れを学ぶ。	学習態度  学習状況・提出物
5	2章 消費者行動の理解	消費者の心理と行動の関係 購買意思決定過程 消費者行動に影響を与える要因	マーケティング計画の立案に必要な消費者行動について学ぶ。 消費者の心理や購買意思決定までの過程、消費者行動に影響を与える要因について理解する。	中間考査  考査得点
6	3章 市場調査	市場調査の概要 市場調査の手順 仮説検証の手順 実態調査の方法	市場調査について理解し、関連する技術を学ぶ。 市場調査に関する課題を発見し、科学的な根拠に基づく調査計画を立案して実施し、評価・改善するとともに、市場調査で得られた情報を科学的に分析する。 市場調査について自ら学び、マーケティングに必要な情報の収集と分析に積極的に取り組む。	学習態度  学習状況・提出物
7	4章 STP	セグメンテーション ターゲティング ポジショニング	STP分析を理解し、関連する技術を学ぶ。 STP分析に関する課題を発見し、科学的な根拠に基づいてその解決方法を考える。 STP分析について自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。	期末考査  考査得点
9	5章 製品政策	製品政策の概要 新製品開発 販売計画と生産計画 製品政策の動向	製品政策について企業における事例と関連付けて理解する。 製品政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、製品政策を立案して実施し、評価・改善する。 製品政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、製品政策に主体的かつ協働的に取り組む。	学習態度  学習状況・提出物
10	6章 価格政策	価格政策の概要 価格の設定方法 価格政策の動向	価格政策について企業における事例と関連付けて理解する。 価格政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、価格政策を立案して実施し、評価・改善する。	中間考査  考査得点

1 1	7章 チャンネル政策	チャンネル政策の概要 チャンネルの選択と管理 チャンネル政策の動向	<p>価格政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、価格政策に主体的かつ協働的に取り組む。</p> <p>チャンネル政策について企業における事例と関連付けて理解する。</p> <p>チャンネル政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、チャンネル政策を立案して実施し、評価・改善する。</p> <p>チャンネル政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、チャンネル政策に主体的かつ協働的に取り組む。</p>	<p>学習態度</p> <p>学習状況・提出物</p>
1 2	8章 プロモーション政策	プロモーション政策の概要 プロモーションの種類 プロモーション政策の動向	<p>プロモーション政策について企業における事例と関連付けて理解する。</p> <p>プロモーション政策に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、プロモーション政策を立案して実施し、評価・改善する。</p> <p>プロモーション政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、プロモーション政策に主体的かつ協働的に取り組む。</p>	<p>期末考査</p> <p>考査得点</p>
1	9章 マーケティングのひろがり	さまざまなマーケティング戦略 サービス・マーケティング 小売マーケティング 観光地マーケティング グローバル・マーケティング ソーシャル・マーケティング	<p>マーケティングの広がりについて企業における事例と関連付けて理解する。</p> <p>マーケティングの広がりに関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいてその解決方法を考える。</p> <p>マーケティングの広がりについて自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。</p>	<p>学習態度</p> <p>学習状況・提出物</p> <p>考査得点</p>
2				
3	学年末考査			

### 3 評価の観点

知識・技術	企業における事例など実際のマーケティングと関連付けられ、ビジネスの様々な場面で役に立つマーケティングに関する知識と技術を身に付けている。
思考・判断・表現	マーケティングをはじめとした様々な知識、技術などを活用し、マーケティングに関する課題を発見するとともに、企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ、顧客についての理解、市場の動向、マーケティングに関する理論、データ、成功事例や改善を要する事例など科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく解決することについて考えている。
主体的に学習に取り組む態度	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自らマーケティングについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、市場調査の実施と情報の分析、製品政策、価格政策、チャンネル政策、プロモーション政策の企画と実施などに責任をもって取り組んでいる。

### 4 評価の方法

「知識・技術」、「思考・判断・表現」、「主体的に学習に取り組む態度」、の3観点から評価規準に従い、総合的に評価する。

### 5 担当者からのメッセージ

マーケティングの学習は、専門的ではありますが、とても身近で具体的なものです。授業中は常に身近なものをイメージしながら、積極的に参加してください。また、指示された提出物は必ず提出してください。  
商業経済検定2級の取得にむけて、授業内で学習します。