

科目名	単位数	年次・コース	選択群	教科書・出版社名	副教材・出版社名
マーケティング	3	2年 情報ビジネス科		マーケティング 新訂版 (実教出版)	備考欄に記載

学習目標	マーケティングに関する知識と技術を習得させ、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身につける。
主な学習内容	1) 現代市場とマーケティング 2) 市場調査 3) 商品計画と販売価格 4) 販売促進 5) 顧客満足の実現
評価の観点・基準	「関心・意欲・態度」「思考・判断」「技能・表現」「知識・理解」等の観点から総合的に判断する。
評価の方法	①1・2・3学期に行なう定期考査の結果 ②授業態度や学習意欲 ③課題の提出状況 以上の3点を踏まえ、「関心・意欲・態度」「思考・判断」「技能・表現」「知識・理解」等の観点から総合的に判断し、評価を行なう。

学期	内容
1 学期	・現代市場の特徴とマーケティングの概要 ・市場調査の意味 中間考査 ・市場調査の方法 ・販売計画と販売予測
	・販売計画の立案・実施・統制 ・製品計画の必要性和ライフサイクル 期末考査
2 学期	・製品ミックスと製品政策 ・仕入計画と商品管理 ・販売価格 中間考査
	・販売経路 ・広告と販売員活動 ・信用販売とその他の販売促進 期末考査
3 学期	・顧客満足実現のマーケティング 全商商業経済検定(2月) 学年末考査

備考 ・ 講座の特色 ・ 履修条件 ・ 注意事項 等	* 副教材 「商業経済検定模擬問題集 マーケティング」(実教出版) 「マーケティング問題集」(実教出版) 1年次に学習したビジネス基礎等の内容のうち、小売商に特化した学習内容になっている。 2月には「全商商業経済検定 マーケティング」の受験を予定している。
--	--