

教科名 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
商業	マーケティング	3	2		マーケティング (実教出版)	全商商業経済検定 模擬試験問題集1・2級 マーケティング (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身につける。
評価の観点 評価規準	<p>「知識・技能」 マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解し、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。</p> <p>「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。</p> <p>「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もうとしている。</p>
評価の方法	<p>「知識・技能」 定期考査における基本問題や小テストで評価する。</p> <p>「思考・判断・表現」 定期考査における記述問題やレポートで評価する。</p> <p>「主体的に学習に取り組む態度」 毎時の授業への取り組みを総合的に評価する。 ・授業中の教員からの問いかけに対する回答 ・提出物(ノート、問題集)</p>

学期	学習計画および内容
1 学期	<p>(1)マーケティングの概要 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。</p> <p>(2)消費者行動の理解 マーケティング計画の立案に必要な消費者行動の理解について学ぶ。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を深める。消費者行動の理解について自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。</p> <p>(3)市場調査 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主体的かつ協働的に取り組む。</p> <p>(4)STP 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、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。</p>
2 学期	<p>(5)製品政策 製品政策の意義と製品ミックスを中心とした製品政策の重要性について理解を深める。販売計画の必要性、販売計画の立案および売上高の予測方法について学ぶ。</p> <p>(6)価格政策 価格決定に影響を与える要因や生産者、卸売業者、小売業者の価格戦略の概要を学ぶ。市場の動向と価格決定との関係について基礎的・基本的な知識を学ぶ。</p> <p>(7)チャネル政策 チャネル政策の概要について理解し、チャネルの特性について学ぶ。効率的なチャネルの選択方法とチャネル管理の必要性について理解を深めるとともに、近年の動向についても学ぶ。</p> <p>(8)プロモーション政策 プロモーション政策の概要と重要性について理解し、効果的なプロモーションの方法に関する基礎的・基本的な知識を学ぶ。現代市場におけるプロモーションの具体的なサービスについての効果を学び、理解を深める。</p>
3 学期	<p>(9)マーケティングのひろがり マーケティングの考え方を深め、様々な分野に応用するマーケティングのひろがりについて学習する。 ●全商商業経済検定(2月)</p>
備考 ・履修条件 ・注意事項 等	