

年間指導計画

科目名	マーケティング	単位数	3 単位	学年・学科	2 年	国際・会計・情報 科	選択
教科書名	718 実教出版 マーケティング				副教材	なし	
科目の目標	商業の見方・考え方を働かせ、実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、マーケティングに必要な資質・能力を育成するとともに、マーケティングの知識・技能の習得することを目標とします。						
学習内容と進め方	テキストを中心に学習を進めていきます。また、グループワークや課題の調査研究を進めて、仲間と協力・連携をして学習を深化させていきます。						
学習の留意点	学んだ知識をもとに、研究成果や疑問点について仲間たちと研究を深めてください。 ニュースや新聞などの時事問題につねに興味をもち、自ら調べる姿勢を身につけてください。 学校行事などにおいて、学んだ知識や技能を実践的に発揮できるように学びを深めてください。						
月	単元	予定 時数	学習内容	評価の観点			評価項目
				1	2	3	
4	ガイダンス	1	マーケティングを学ぶ意義を理解する。				
	第1章 マーケティングの概要	9	1. マーケティングの歴史と発展 2. 現代の市場とマーケティング 3. マーケティング環境の分析 4. マーケティング・マネジメント	○	○	○	現代市場における、マーケティングの一連の流れを理解している。 消費者保護・法令遵守など企業の社会的責任の重要性を理解している。 (レポート プリント 資料分析 時事問題研究)
5	第2章 消費者行動の理解	8	1. 消費者の心理と行動の関係 2. 購買意思決定過程 3. 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理解している。 消費者行動について自ら学び、主体的かつ協働的に取り組んでいる。 (プリント ノート整理 時事問題研究)
	前期中間考査	2	考査返却含む			○	
6	第3章 市場調査	12	1. 市場調査の概要 2. 市場調査の手順 3. 仮説検証の手順 4. 実態調査の方法	○	○	○	市場調査について理解し、関連する技術を理解する 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。 (プリント 資料分析 レポート 研究発表)
7	第4章 STP	7	1. セグメンテーション 2. ターゲティング 3. ポジショニング	○	○	○	STP分析を理解し、関連する技術を理解する。 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。 (プリント 資料分析 ノート整理)
8	第5章 製品政策	3	1. 製品政策の概要	○			製品政策について企業における事例と関連付けて理解している。
9		7	2. 新製品開発 3. 販売計画と生産計画 4. 製品政策の動向		○	○	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 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んでいる。 (プリント レポート 時事問題研究)
	前期期末考査	2	考査返却含む	○	○	○	
10	第6章 価格政策	10	1. 価格政策の概要 2. 価格の設定方法 3. 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している。 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 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んでいる。 (プリント レポート ノート整理)
11	第7章 チャネル政策	9	1. チャネル政策の概要 2. チャネルの選択と管理 3. チャネル政策の動向		○	○	チャ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、チャネル政策を立案して実施し、評価 チャ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、チャネル政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。 (資料分析 時事研究発表)
12	第8章 プロモーション政策	15	1. プロモーション政策の概要 2. プロモーションの種類	○		○	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している。 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

1	後期中間考査	2	3. プロモーション政策の動向	○	○	○	実施し、評価・改善している。 ○ プロモーション政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。 (プリント 研究発表)
2	第9章 マーケティングのひろがり	4	1. さまざまなマーケティング戦略	○			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している。
3	学年末考査	2	考査返却含む				課題を発見し、科学的な根拠に基づいて対応策を考えている。
		4	2. サービス・マーケティング		○		○ 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んでいる。 (プリント 資料分析 時事研究 ノート整理 研究発表)
			3. 小売マーケティング				
			4. 観光地マーケティング				
			5. グローバル・マーケティング				
			6. ソーシャル・マーケティング				
評価方法		(知識・技術) 定期考査、確認テスト プリント (思考・判断・表現) 資料分析 レポート (主体的に学習に取り組む態度) プリント 時事研究(新聞まとめ) ノート整理(記録・まとめ) 研究発表(グループ討議含む)					
評価の観点	観点		趣旨				
	1	知識・技能	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。				
	2	志向・判断・表現	経済社会にあつて、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、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				
	3	主体的に学習に取り組む態	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、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んでいる				
評価基準	1	知識・技能	A 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ことができた B マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解でき、関連する技術を概ね身に付けることができた。 C マーケティングについて実務に関して関連する知識・技術を身に付けていない。				
	2	志向・判断・表現	A 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ことができた。 B 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概ね解決することができた。 C マーケティングに関する課題を創造的に解決することができない。				
	3	主体的に学習に取り組む態	A 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ことができた。 B 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ことが概ねできた。 C ビジネスを適切に展開する力や自ら学ぶ姿勢が見られず、主体的かつ協働的に取り組むことができない。				