

科目名	マーケティング	単位数	2 単位
学科・学年	商業 3 学年	予定時数	70 時間
<p>1 学習目標</p> <p>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・能力を次のとおり育成することを目指す。</p> <p>(1) 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。</p> <p>(2) 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。</p> <p>(3) 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。</p>			
<p>2 指導の重点</p> <p>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させる。</p> <p>思考・判断・表現：唯一絶対の答えがないことの多い経済社会にあって、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、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させる。</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ませる。</p>			
3、学 習 内 容			
<p>【1 学期】</p> <p>マーケティングの概要</p> <p>1. マーケティングの歴史と発展</p> <p>2. 現代の市場とマーケティング</p> <p>3. マーケティング環境の分析</p> <p>4. マーケティング・マネジメント</p> <p>消費者行動の理解</p> <p>1. 消費者の心理と行動の関係</p> <p>2. 購買意思決定過程</p> <p>3. 消費者行動に影響を与える要因</p> <p>市場調査</p> <p>1. 市場調査の概要</p> <p>2. 市場調査の手順</p> <p>3. 仮説検証の手順</p> <p>4. 実態調査の方法</p>		<p>【2 学期】</p> <p>製品政策</p> <p>1. 製品政策の概要</p> <p>2. 新製品開発</p> <p>3. 販売計画と生産計画</p> <p>4. 製品政策の動向</p> <p>価格政策</p> <p>1. 価格政策の概要</p> <p>2. 価格の設定方法</p> <p>3. 価格政策の動向</p> <p>チャネル政策</p> <p>1. チャネル政策の概要</p> <p>2. チャネルの選択と管理</p> <p>3. チャネル政策の動向</p> <p>プロモーション政策</p> <p>1. プロモーション政策の概要</p> <p>2. プロモーションの種類</p>	

【3学期】 マーケティングのひろがり 1. さまざまなマーケティング戦略 2. サービス・マーケティング 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	
教科書	マーケティング（実教）
副教材	マーケティング問題集
備考	

教科「商業」

4、評価について

評 価 基 準				
評価項目・対象	知識・技能	思考力・判断力・表現力	学びに向かう力	評価比重
学 習 姿 勢	○	○	◎	20%
提 出 物	○	○	◎	10%
小 テ ス ト	○	○	◎	10%
定 期 考 査	○	◎	○	60%
評価の重点	・【知・技】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・判・表】マーケティングをはじめとした様々な知識，技術などを活用して課題を発見し，科学的な根拠に基づいて解決することについて考えている。 ・【主体的態度】マーケティングを学ぶ者としての自己の役割を認識し、当事者意識をもって、他者と協同しながら授業に参加している。			