令和７年度　授業計画

ビジネス科　２年Ｃ組

教　　科	商　　業	科目(単位)	マーケティング（３単位）
使用教科書	マーケティング（実教出版）		
授 業 形 態	(通常授業)・　分割授業　・　ＴＴ		

※分割授業とは、クラスを少人数クラスに分割して授業を行うことを意味します。
※ＴＴ（チームティーティング）とは、複数の教師がチームを組んで指導にあたることを意味します。

１　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。
（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。
（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。
（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。

２　科目の内容と授業の進め方

・教科書を中心に、内容を確認しながら授業を行います。
・マーケティングの意義や役割、流通の仕組みについて学習し、マーケティングの専門用語の内容を理解することを中心として行います。単元ごとに教科書の復習問題を使って復習します。また、年間を通じて日商リテールマーケティング検定３級の内容に関連した項目についても学習します。
・１１月の市岐商デパートに関連させ、経営活動に関する諸問題についても実践的に学習します。
・新聞記事などのマーケティングに関する身近な話題についても学習します。

３　学習の方法

・講義形式と実践形式と合わせて行います。教科書やワークに書いてあることを理解するだけでなく、時事問題にも興味を持って読むようにしてください。
・授業中の発表や「市岐商デパート」での活動を通じて、実践活動の中での学習も深めていきます。
・マーケティングを学習する上で大切なことは、商品の仕入から販売など、流通の仕組みについて興味・関心を持ち、「市岐商デパート」に活かすために積極的に取り組む態度が必要です。

４　課題・補習について

・考査ごとに、ノートを点検します。
・定期考査後、理解が遅れている場合は、追試や補習を行います。

５　この授業で取得可能な資格（検定試験）

・全商商業経済検定　２級　マーケティング

６　観点別学習状況の評価のポイント

知識・技能（技術）	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
マーケティングにおいてビジネスに関する共通的な基礎知識を理解するとともに、関連した知識を総合的に身に付け、それらを活用できる知識を身に付けている。	ビジネスに関する正しい知識のもとに、マーケティングを活用した業務の課題把握と解決策を見いだそうとしている。	ビジネスに関する事柄について自ら学び、社会・企業活動につながるマーケティングに関連する知識を共有することで、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。

ビジネス科　２年Ｃ組

教　　科	商　　業	科目(単位)	マーケティング（３単位）

７　年間の学習計画

月	単元名	主な学習活動	評価方法 （課題等）
4 5 6	第１章 マーケティングの概要	・顧客満足実現のマーケティングとはどのようなものかについて理解する。 ・マーケティングの手順を確認する。 ・現代の市場に対応して行われるマーケティングについて理解する。	授業態度 （発言など） 小テスト ノート提出 成果物 **前期中間考査**
7 8 9 10	第２章 消費者行動の理解 第３章 市場調査	・購買意思決定の過程を理解する。 ・購買意思決定のそれぞれの過程での内容の確認と販売員の行動を理解する。 ・市場調査の意味と方法を理解する。 ・様々な標本抽出法の特徴、質問票作成上のポイント、質問の種類と仕方などを理解する。 ・内部資料と外部資料について、それぞれの特徴と使用法を理解する。 ・実態調査の具体的な手順について理解する。	授業態度 （発言など） ノート提出 小テスト 成果物 **前期期末考査**
11 12	第４章 ＳＴＰ 第５章 製品政策	・セグメンテーションとは市場細分化のことであり、消費者を分類する作業であることを理解する。 ・ターゲティングの意義と注意点を認識する。 ・ポジショニングの概要を理解し、ポジショニングマップを作製し、創造的なポジショニングについても理解する。 ・消費者ニーズの把握が重要であることを認識する。 ・ニーズとウォンツを正しく区別し、製品特性をよく理解し分類することの重要性を認識する。	授業態度 （発言など） ノート提出 小テスト 成果物 **後期中間考査**
1 2 3	第５章 製品政策	・製品ミックスについて理解する。 ・新製品開発のプロセスを正しく理解する。 ・新製品開発が社会を発展させ、企業を繁栄に導くことを理解する。 **全商商業経済検定２級　マーケティング** ・販売計画から生産計画までの流れを認識し、来場者予測や売上高予測などについても理解する。 ・ブランドやネーミングは、その製品が顧客から愛されるための重要な要素であることを理解する。 ・製品政策と販売促進政策のコラボレーションであることを理解する。	授業態度 （発言など） ノート提出 成果物 **学年末考査**