

経営管理科 3年C組

教科	商業	科目(単位)	マーケティング (2単位)
使用教科書	マーケティング 新訂版 (実教出版) 昨年度からの継続使用		
授業形態	通常授業 ・ 分割授業 ・ T T		

※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。
※T T (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

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させるとともに、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育てる。

2 科目の内容と授業の進め方

- ・教科書を中心として、講義形式で授業を行います。
- ・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させることを中心として行います。单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級や2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

- ・新聞記事などを通じて、情報ネットワークや高齢化の進展及び顧客ニーズの多様化など、企業における急速な市場環境の変化について絶えず興味関心を持てるようにしましょう。
- ・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。
- ・講義形式なので、黒板に書いてあることを写すだけではなく、教師が説明したことなどを記録するようにしてください。

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、理解が低い場合は、追試などの補習を行います。

5 この授業で取得可能な資格 (検定試験)

- ・日商リテールマーケティング検定 3級・2級
- ・全商商業経済検定 2級 マーケティング

