

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

- ・考查ごとに、ノートを点検します。
- ・定期考查後、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

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) |
|-----|-----|--------|---------------|

6 年間の学習計画

| 月 | 単 元 名 | 学 習 の 内 容 | 評価方法 (課題等) |
|--------------|---|--|---|
| 4 5 6 | 第5章 仕入計画と商品管理 第1節 仕入計画 第2節 商品管理 第6章 販売価格 第1節 販売価格の決定 第2節 販売価格政策 | <ul style="list-style-type: none"> 仕入商品は、商品計画の観点から分類されることを理解する。 商品管理の業務は、在庫管理と商品の物的管理からなることを理解する。 在庫高の把握について、実地棚卸による方法と記録による方法が、どのように組み合わせられているか理解する。 価格決定の基本的なメカニズムとして、需給関係のダイナミズムを理解する。 価格の維持・安定政策について、現状と方向性を、法的な規制を絡めながら理解する。 | <p>行動観察 ノート 提出物</p> <p>前期中間考査</p> |
| 7 8 9 | 第7章 販売経路 第1節 販売経路の設定 第2節 販売経路の強化 | <ul style="list-style-type: none"> 検定学習 日商リテールマーケティング検定 2級・3級 販売経路を概観し、伝統的な経路と革新的な経路の相違点を理解する。 生産者による販売経路の強化は、系列化から短縮化の方向へと進んでいくことを理解する。 | <p>行動観察 ノート 提出物</p> <p>前期期末考査</p> |
| 10 11 | 第8章 販売促進 第1節 販売促進の意味と進め方 第2節 広告 第3節 販売員活動 第4節 信用販売 第5節 その他の販売促進 第6節 店舗立地と設計 | <ul style="list-style-type: none"> 販売促進活動の全体像を理解する。 広告を、内容・メディア・主体を基準にして分類しそれぞれの特徴を理解する。 販売管理の手順と訓練の方法を理解する。 A I D A S理論を中心に、顧客の購買心理の変化を理解する。 信用販売は、与信行為と受信行為から成り立っていることを理解する。 信用販売には、販売促進効果に加えて社会経済的な効果があることを理解する。 販売サービスのうち、販売時に行われるサービスの意義と種類について理解する。 小売業やサービス業における店舗立地の重要性について理解する。 | <p>行動観察 ノート 提出物</p> <p>後期中間考査</p> |
| 12 1 2 | 第9章 顧客満足の実現 第1節 顧客満足 第2節 顧客満足のマーケティング 第10章 マーケティングの実習 第1節 市場調査の実習 第2節 広告の実習 第3節 販売の実習 | <ul style="list-style-type: none"> 顧客満足のメカニズムを理解させ、その為の要点を認識する。 消費者対応活動の本質を認識する。 市場調査の詳細な手順を体験する。 広告作成の詳細な手順を体験する。 ロールプレイングなどで模擬体験する。 <p>全商商業経済検定 2級 マーケティング 日商リテールマーケティング検定 2級・3級</p> | <p>行動観察 ノート 提出物</p> <p>学年末考査</p> |