

対象クラス	2年 ビジネス管理科（起業創造類型）	単位数	4
使用教科書	マーケティング 新訂版（実教出版）		
使用副教材	全商商業経済検定模擬試験問題集1・2級マーケティング（実教）、マーケティング新訂版問題集（実教） レクチャー&トレーニング 日商リテールマーケティング（販売士）検定試験問題集3級（実教）※ 販売士養成講習会 3級テキスト ※ ※「広告と販売促進」と共用		

「マーケティング」はこんな科目です。「マーケティングとは何だろう…？」マーケティングとは、「お客様に価値を提供してお金をいただくこと」実にシンプルです。そのためにマーケティングに関する知識と技術を習得し、マーケティングの意義や役割について理解していきます。また、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身に付けることを目標にした科目です。

科目の到達目標（目標とする検定等）

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身に付けます。

リテールマーケティング検定3級（日本商工会議所主催）と全商商業経済検定2級（マーケティング）を取得目標としています。

評価の観点	評価規準・評価内容	評価方法等
関心・意欲・態度	関心を持ち、自ら進んでその単元の知識や技能の習得を目指し取り組もうとしている。	行動観察 ノート
思考・判断・表現	自ら思考を深め、適切に判断し、創意工夫ができるか。学習内容の意義や役割について説明ができる。	行動観察 ノート
技能	マーケティング活動を計画的に行うことができる。	発表 行動観察 ノート
知識・理解	学習内容について基本的な知識を習得している。また、意義や役割を理解している。	行動観察 ノート 中間・期末考査

学習計画（どのような内容を、どの時期に学ぶのか）

	単元名	学習内容	学習活動のねらい
前期 中間	日商販売士検定3級 小売業の類型 日商販売士検定3級 マーケティング 【前期中間考査】	1. 流通における小売業の基本的役割 2. 流通経路別小売業の基本的役割 3. 形態別小売業の基本的役割 4. 店舗形態別小売業の基本的役割 5. チェーンストアの基本的役割 6. 商業集積の基本的役割と仕組み 1. 小売業のマーケティングの基本的考え方 2. 顧客管理の基本的役割 3. 販売促進の基本的役割 4. 商圏の設定と出店の基本的考え方 5. 売場づくりの基本的考え方	・小売業の定義や役割について理解します。 ・価格設定、宣伝、流通、マーチャンダイジング、店舗・施設的设计、集客、販売促進、接客、顧客の情報管理などに至る広い範囲でマーケティングが行われていることを理解します。
前期 期末	第1章 現代社会と マーケティング 第2章 マーケティングの プロセス 第3章 市場調査 【前期期末考査】	1. 現代市場の特徴とマーケティングの発展 2. マーケティングの歴史と発展 3. マーケティングの考え方の変化と重要性 4. 企業の社会的責任 1. マーケティング環境分析（SWOT分析） 2. 標的市場の選定 3. ポジショニングとマーケティング・ミックス 4. マーケティング・ミックスの要素 5. マーケティング・マネジメントの必要性 1. 市場調査のプロセスと方法 2. 情報の収集と分析 3. 調査報告書作成とプレゼンテーション	・マーケティングを学習するために必要な基礎知識を学習します。 ・マーケティング活動を行うためのプロセスを学習します。 ・市場調査の重要性や手段を学習します。
後期 中間	第4章 消費者の購買行動 第5章 商品計画 第6章 価格政策 【後期中間考査】	1. 消費者行動 2. 消費者の購買決定プロセス 3. 新製品に対する採用者の区分 4. 製品ライフサイクル 5. 企業と顧客の関係 1. 販売計画 2. 仕入計画 1. 商品管理 1. 価格政策 2. 小売価格の設定 3. 価格の安定と維持	・マーケティングを実施する上で重要な消費者の購買行動を学習します。 ・販売計画や仕入計画について、その方法を詳しく学習します。 ・さまざまな価格の設定方法を学習します。
後期 期末	第7章 チャンネル 第8章 プロモーション 【リテールマーケティング 検定受験2月第3水曜日】 【学年末考査】	1. チャンネルの意味 2. チャンネルの設定 3. チャンネル政策 4. チャンネルの特徴 1. プロモーション 2. 広告 3. 販売員活動 4. PR活動とパブリシティ 5. その他のプロモーション活動 6. 店舗の立地・設計 7. 商品の陳列と装飾・照明	・チャンネルの構造や仕組みを理解します。 ・消費者に商品の認知や情報の伝達を行うプロモーションについて学習します。

