

令和元年度 科目「マーケティング」年間指導計画

教科(科目)	商業(マーケティング)	学科・学年	商業科 1年	単位数	2(70時数)
担当者	研究主任 久保良太郎 研究担当 住友庸祐 研究担当 黒木庄吾 研究担当 甲斐久美子				
使用教科書	マーケティング(実教出版)				
副教材等	マーケティング問題集(実教出版)・全商商業経済模擬問題集2級マーケティング(実教出版)				

育成を目指す資質・能力

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旨とする。

- (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。

評価の観点、評価規準、評価方法

評価の観点	評価規準	評価方法
知識・技術	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ことができる。	単元テスト
思考・判断・表現	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身に付けることができる。	ワークシート記述 グループ活動 ポートフォリオ
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学び、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組もうとしている。	行動観察 ワークシート記述

指導計画

月	学習単元	時	学習のねらい/主な学習活動	評価規準
4 5	9章 販売促進 1 販売促進の重要性 2 広告 3 販売員活動 4 ブランド 5 信用販売 6 その他の販売促進	9	【事前学習】 ・販売促進の概要と目的など販売促進に関する知識などを具体的な事例を通して理解させる。 ① フォトランゲージ(発想) ② CM案の制作(地域の魅力…絵コンテ) ③ 教科書 ④ 単元テスト	【知・技】販売促進について企業における事例と関連付けて理解することができる。 【思・判・表】販売促進に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、考察し販売促進を立案して実施し、評価・改善できる。 【主体】販売促進について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、販売促進に自らの学習を調整しながら主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
6	第1章 現代市場とマーケティング 1 現代市場の特徴 2 マーケティングの概要	7	・市場環境の変化、マーケティングの発展など現代市場におけるマーケティングに関する知識などを基盤として、具体的な事例を用いて企業で行われているマーケティングについて理解を深めることができる。 ① 教科書 ② 単元テスト ③ ケース教材(宮崎上水園) ④ フィッシュボウル ストーリーテリング 質問会議	【知・技】市場環境の変化、現代市場におけるマーケティングに関する知識を身につけ整理することができる。 【思・判・表】学んだ知識と技術を基に、ビジネスの諸活動に携わる者として思考を深め適切に判断し、表現する創造的な能力を身に付けている。 【主体】マーケティングに関する具体的な事例に対して知識を活用しながら思考し自らの学習を調整しながら粘り強く、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
7	第2章 市場調査 1 市場調査の意味 2 市場調査の手順 3 実態調査の方法	9	・統計資料を用いて課題を設定し、マーケティングに必要な情報の収集と分析を行うことができる。 ① 教科書 ② 単元テスト ③ ケース教材(都城市生涯未婚率) ケース教材(宮崎県観光統計)	【知・技】市場調査の目的と方法を理解し、簡単な統計分析の技法が身につけている。 【思・判・表】様々な既存資料を科学的な根拠に基づいて分析し、調査仮説を設定し、それらを適切に絞り込み、残った仮説を検証するという一連の考察ができる。 【主体】学んだ知識を活用しながら自ら考え判断し自らの学習を調整しながら粘り強く主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
8 9	第3章 消費者行動 1 消費者行動と購買 2 購買意思決定過程 3 製品のライフサイクルと普及	9	・学んだ知識を活用しながら、具体的な事例を用いて消費者行動に関する意義と意欲を高める。 ① 教科書 ② 単元テスト ③ ケース教材(ヤマエ食品工業) ④ 企業見学(ヤマエ食品工業)	【知・技】消費者行動に関する基礎的・基本的な知識を身に付け活用できる。 【思・判・表】消費者行動に関する課題を発見し、思考を深め、ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、表現することができる。 【主体】消費者行動に関する知識を活用しながら自ら考え判断し自らの学習を調整しながら粘り強く主体的かつ協働的に取り組もうとしている。

10	第4章 販売計画 1 販売計画と販売予測 2 販売計画の立案・実施・統制	5	・代表的な販売予測の方法を具体的な事例を用いて理解させる。 ①教科書 ②教科書事例 (Excel 分析) ③単元テスト	【知・技】 販売計画に関する基礎的・基本的な知識を身に付け、販売計画の意義や役割について理解し適切に活用している。 【思・判・表】 販売計画に関する諸課題の解決を目指して思考を深め知識と技術を基に、適切に判断できる。 【主体】 自ら情報を集め、マーケティングに関する具体的な事例を自らの学習を調整しながら主体的かつ協働的に取り組むことができる。
	5章 製品計画 1 製品計画の概要 2 製品ミックスと製品政策	7	・製品計画の概要と目的など製品計画の知識を基盤として、経済や消費者の動向、製品計画に関する具体的な事例など科学的な根拠に基づいて、製品計画について、組織の一員としての役割を果たすことができるようになる。 ①教科書 ②単元テスト ③ケース教材 (宮崎高砂工業)	【知・技】 製品計画に関する基礎的・基本的な知識を身に付けて、ビジネスの意義や役割を理解し活用している。 【思・判・表】 製品計画に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、製品計画を立案して実施し、評価・改善を行う。 【主体】 製品計画について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、自らの学習を調整しながら、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
12	6章 仕入計画と商品管理 1 仕入計画 2 商品管理	6	・仕入計画と商品管理の意義、仕入計画の立案の手順及び商品管理の方法を理解し、組織の一員として、マーケティングに適切に取り組むことができるようになる。 ①教科書 ②単元テスト ③フォトランゲージ (英語科連携)	【知・技】 仕入計画と商品管理の意義、仕入計画の立案の手順及び商品管理の方法を理解することができる、身につけ整理することができる。 【思・判・表】 仕入計画と商品管理の意義、仕入計画の立案の手順及び商品管理の方法を自ら思考を深め、ビジネスの諸活動に携わる者として思考を深め適切に判断し、表現することができる。 【主体】 仕入計画と商品管理の意義、仕入計画の立案の手順及び商品管理の方法を具体的な事例に対して知識を活用しながら思考し自らの学習を調整しながら粘り強く、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
	7章 販売価格 1 販売価格の決定 2 価格戦略	6	・販売価格の概要と目的など販売価格に関する知識などを具体的な事例を通して理解させる。 ①教科書 ②単元テスト ③ケース教材 (外山木材)	【知・技】 販売価格について理解している。 販売価格に関する知識を理解し得られた資料から情報をもつ意味を読み取り整理している。 【思・判・表】 販売価格に関する課題を発見し、具体的な事例を用いて科学的な根拠に基づいて、多面的・多角的に考察し、評価・改善することができる。 【主体】 販売価格について具体的な事例に対して知識を活用しながら思考し自らの学習を調整しながら粘り強く、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
2	8章 販売経路 1 販売経路の設定 2 販売経路の強化	7	・販売経路の概要と目的など販売経路に関する知識などを具体的な事例を通して理解させる。 ①教科書 ②単元テスト ③ケース教材 (栗山ノーサン)	【知・技】販売経路について企業における事例と関連付けて理解し整理することができる。 【思・判・表】 販売経路に関する課題を発見し、科学的な根拠に基づいて、販売経路政策を立案して実施し、評価・改善できる。 【主体】 販売経路について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ販売経路に自らの学習を調整しながら粘り強く、主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
	9章 販売促進	5	・具体的な企業を事例にマーケティングで学んだ事を活用して理解する事ができる。 ①ケース教材 (栗山ノーサン…販売促進)	【知・技】 販売促進について企業における事例と関連付けて理解することができる。 【思・判・表】 販売促進に関する課題を発見し、それを踏まえ、科学的な根拠に基づいて、考察し販売促進を立案して実施し、評価・改善できる。 【主体】 販売促進について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、販売促進に自らの学習を調整しながら主体的かつ協働的に取り組もうとしている。
3				