

令和二年度 年間授業計画

都立第一商業高等学校

教科・科目	商業・マーケティング	単位数	3単位	対象学年・組	2学年A・C・D・E・F組
教科書 使用教材	『マーケティング』実教336	教科担任	野崎明男・吉田葵		

1. 目標

現代企業の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を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. 学習内容と学習上の留意点

学期	指導内容	具体的な指導目標	学習上の留意点	予定時数
1 学期	1 現代市場とマーケティング	○現代市場の特徴とその背景について理解させる。	○消費者価値観の多様性と生活スタイル、購買態度の変化に注目させる。 ○マーケティングの全体像をしっかりと把握させる。	33
	2 市場調査	○市場調査の意義や手続き、現代企業におけるマーケティング管理の重要性を学ばせる。		
	3 消費者行動	○購買行動について、消費・使用と購買後の評価について学ばせる。		
2 学期	4 販売計画	○新製品の開発と仕入、および製品のライフサイクルについて理解させる。	○新製品の開発や仕入においては消費者ニーズを正確に理解することが重要であることを認識させる。	33
	5 製品計画			
	6 仕入計画と商品管理	○在庫管理・商品の物的管理について学ばせる。		
	7 販売価格	○販売価格政策について理解させる。		
3 学期	8 販売経路	○販売経路の設定と強化について学ばせる。	○販売促進における販売員活動の位置づけをAIDMA理論に併せて理解させる。また、消費者満足の本質を理解	20
	9 販売促進	○広告、販売員活動、ブランド、信用販売等について理解させる。		

配当時間は一応の目安であり若干の増減はある。

3. 授業を受ける上での注意

※生徒が学習する上での学習方法について、具体的に箇条書きで記述する。

1. 教科書および補助教材としてのプリント、問題集を利用する。
2. 学習をより深いものにするために、日常生活の中で社会や企業、また小売店の販売活動にも目を向けることが重要である。
3. 提出物は期日を厳守し、必ず提出するよう指導する。

4. 評価の観点・方法

※評価の観点と方法についてわかりやすく具体的に記述する。

定期考査ならびに小テーマごとのレポートの提出状況や内容、その他ノート・ファイル・問題集などの提出物、日ごろの授業に取り組む姿勢をもとに総合的に評価する。