

大田桜台 高等学校 令和6年度（2学年用） 教科 ビジネス 科目 マーケティング

教 科： ビジネス 科 目： マーケティング 単位数： 2 単位

対象学年組：第 2 学年 組～ 組

教科担当者：（ 組： 伊藤 ）（ 組： ） （ 組： ） （ 組： ） （ 組： ） （ 組： ）

使用教科書：（ マーケティング（実教出版） ）

教科 ビジネス の目標：

【知 識 及 び 技 能】 商業の各分野について体系的・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。

【思考力、判断力、表現力等】 ビジネスに関する課題を発見し、職業人に求められる倫理観を踏まえ合理的かつ創造的に解決する力を養う。

【学びに向かう力、人間性等】 職業人として必要な豊かな人間性を育み、よりよい社会の構築を目指して自ら学び、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

科目 マーケティング の目標：

【知識及び技能】	【思考力、判断力、表現力等】	【学びに向かう力、人間性等】
企業における事例など実際のマーケティングと関連付けられ、ビジネスの様々な場面で役に立つマーケティングに関する知識と技術を身に付けている。	マーケティングに関する課題を発見するとともに、企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ、顧客についての理解、市場の動向、マーケティングに関する理論、データ、成功事例や改善を要する事例など科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく解決することについて考えている。	マーケティングについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的にに関わり、市場調査の実施と情報の分析、製品政策、価格政策、チャネル政策、プロモーション政策の企画と実施などに責任をもって取り組んでいる。

	単元の具体的な指導目標	指導項目・内容	評価規準	知	思	態	配当 時数
1 学 期	第1章 マーケティングの概要 【知識及び技能】 マーケティングを学ぶ意義を理解する。 【思考力、判断力、表現力等】 現代市場における消費者保護や環境問題、法令遵守、企業の社会的責任などの重要性について理解を深める。 【学びに向かう力、人間性等】 マーケティングの意義や一連の流れを学ぶ。	・指導事項 第1章 マーケティングの概要 1. マーケティングの歴史と発展 2. 現代の市場とマーケティング 3. マーケティング環境の分析 4. マーケティング・マネジメン ト ・教材：教科書 ・一人1台端末の活用 等	【知識・技能】 マーケティングを学ぶ意義を理解している。 【思考・判断・表現】 現代市場におけるマーケティングについて自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組んでいる。 【主体的に学習に取り組む態度】 現代市場におけるマーケティングについて自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組んでいる。	○	○	○	15
	定期考查			○	○		1
	第2章 消費者行動の理解 【知識及び技能】 マーケティング計画の立案に必要な消費者行動について学ぶ。 【思考力、判断力、表現力等】 消費者の心理や購買意思決定までの過程、消費者行動に影響を与える要因について理解する。 【学びに向かう力、人間性等】 消費者行動について自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。	・指導事項 第2章 消費者行動の理解 1. 消費者の心理と行動の関係 2. 購買意思決定過程 3. 消費者行動に影響を与える要因 ・教材：教科書 ・一人1台端末の活用 等	【知識・技能】 マーケティング計画の立案に必要な消費者行動について理解している。 【思考・判断・表現】 購買意思決定までの過程について、消費者の心理と消費者行動に影響を与える要因に関連付けて見いだすことができる。 【主体的に学習に取り組む態度】 消費者行動の理解について自ら学び、主体的かつ協働的に取り組んでいる。	○	○	○	10
	定期考查			○	○		1
2 学 期	第3章 市場調査 【知識及び技能】 市場調査について理解し、関連する技術を学ぶ。 【思考力、判断力、表現力等】 市場調査に関する課題を発見し、科学的な根拠に基づく調査計画を立案して実施し、評価・改善するとともに、市場調査で得られた情報を科学的に分析する。 【学びに向かう力、人間性等】 市場調査について自ら学び、マーケティングに必要な情報の収集と分析に積極的に取り組む。	・指導事項 第3章 市場調査 1. 市場調査の概要 2. 市場調査の手順 3. 仮説検証の手順 4. 実態調査の方法 ・教材：教科書 ・一人1台端末の活用 等	【知識・技能】 市場調査について企業における事例と関連付けて理解するとともに、関連する技術を身に付けている。 【思考・判断・表現】 市場調査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、調査計画を立案して実施し、評価・改善するとともに、市場調査で得られた情報を科学的に分析することができる。 【主体的に学習に取り組む態度】 市場調査について自ら学び、マーケティングに必要な情報の収集と分析に主体的かつ協働的に取り組んでいる。	○	○	○	15
	定期考查			○	○		1
	第4章 STP 第5章 製品政策 第6章 価格政策 第7章 チャネル政策 【知識及び技能】 STP分析を理解し、関連する技術を学ぶ。 【思考力、判断力、表現力等】 製品政策について企業における事例と関連付けて理解する。 製品政策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、製品政策を立案して実施し、評価・改善する。 【学びに向かう力、人間性等】 チャネル政策について企業における事例と関連付けて理解する。	・指導事項 第4章 STP 1. セグメンテーション 2. ターゲティング 3. ポジショニング 第5章 製品政策 1. 製品政策の概要 2. 新製品開発 3. 販売計画と生産計画 4. 製品政策の動向 第6章 価格政策 1. 価格政策の概要 2. 価格の設定方法 3. 価格政策の動向 第7章 チャネル政策 1. チャネル政策の概要 2. チャネルの選択と管理 3. チャネル政策の動向 ・教材：教科書 ・一人1台端末の活用 等	【知識・技能】 STP分析について企業における事例と関連付けて理解するとともに、関連する技術を身に付けている。 【思考・判断・表現】 製品政策について企業における事例と関連付けて理解している。 【主体的に学習に取り組む態度】 チャネル政策について企業における事例と関連付けて理解している。	○	○	○	15
	定期考查			○	○		1

3 学 期	第8章 プロモーション政策 第9章 マーケティングのひろがり 【知識及び技能】 プロモーション政策について企業における事例と関連付けて理解する。 【思考力、判断力、表現力等】 マーケティングの広がりについて企業における事例と関連付けて理解する。 【学びに向かう力、人間性等】 マーケティングの広がりについて自ら学び、主体的かつ協働的に取り組む。	・指導事項 第8章 プロモーション政策 1. プロモーション政策の概要 2. プロモーションの種類 3. プロモーション政策の動向 第9章 マーケティングのひろがり 1. さまざまなマーケティング戦略 2. サービス・マーケティング 3. 小売マーケティング 4. 観光地マーケティング 5. グローバル・マーケティング 6. ソーシャル・マーケティング ・教材：教科書 ・一人1台端末の活用 等	【知識・技能】 プロモーション政策について企業における事例と関連付けて理解している。 【思考・判断・表現】 マーケティングの広がりについて企業における事例と関連付けて理解している。 【主体的に学習に取り組む態度】 マーケティングの広がりについて自ら学び、主体的かつ協働的に取り組んでいる。	○	○	○	10
	定期考査			○	○		1
							合計 70