

「マーケティング」年間学習計画（シラバス）

流通ビジネス研究委員会

教 科	学 科	学 年	類 型	組	単位数
商 業	商 業	2			2

使用教科書	マーケティングMarketing（実教出版）
副 教 材	マーケティング問題集、全商商業経済検定模擬試験問題集
準 備 物	教科書、ノート、問題集

1 授業の概要

- マーケティングに関する基礎的な知識と技術を習得するために、一斉授業とグループ学習を組み合わせ学習成果を発表します。
- 地元商店街における市場調査、店頭・店内におけるポスターの制作実習、店頭接客販売のロールプレーイングなどの体験的学習を行います。

2 学習目標

- 企業やその他の組織が提供する商品について、マーケティングに関する基礎的な知識と技術を身に付けます。
- マーケティングの重要性について理解し、将来、実務において現実に即した計画的、合理的なマーケティング活動を行う能力と態度を身に付けます。
- 企業における急速な市場環境の変化の中で、顧客ニーズを満たすための手段であるというマーケティングの新たな方向について理解します。

3 学習の心得

- 常に身の回りにある商品や企業について、新聞やインターネットなどのニュースに目をやり、情報収集や分析を習慣化しましょう。
- 基礎・基本的な用語はノートに整理し、しっかり覚えるようにしましょう。
- 課題、レポート等は締切期日までに提出しましょう。

4 学習評価と評価方法

観 点	観 点 の 内 容	評価方法
①関心・意欲・態度	ビジネスの諸活動を通してマーケティング活動に広く関心を持ち、その意義や役割を理解し、諸問題の解決を目指して、主体的に学習に取り組むことができる。	学習状況 課題レポート 自己評価
②思考・判断	基本的な知識と技術を活用して適切に判断し、創意工夫する能力を身に付けることができる。	課題レポート ノート 定期考査
③技能・表現	経済社会の一員としてマーケティングの諸活動を適切に実践することができる。	学習状況 ノート 全商検定試験 実習
④知識・理解	マーケティングに関する基礎的・基本的な知識を身に付け、マーケティングの意義や役割を理解することができる。	定期考査 全商検定試験 ノート

5 学習計画

学 期	月	時 数	学 習 項 目	学 習 内 容	考 査	評 価 の 観 点					
						関心 意欲	思考 判断	技能 表現	知識 理解		
第 1 学 期	4 月	3	第1章 現代市場と マーケティング 第1節 現代市場の特徴	・わが国の生産・流通・消費における 動向や、消費者ニーズの多様化などを 学習します。	中 間 考 査	◎			○		
		3	第2節 マーケティングの概要	・マーケティングの理念の変遷や非営 利分野などへの普及を取り上げ、マー ケティングの発展について学習します。 ・市場調査から販売促進に至るマーケ ティングの概要について学習します。		○			◎		
	5 月	2	第2章 市場調査 第1節 市場調査の意味	・市場調査の意義と手続きを学習しま す。		◎				○	
		2	第2節 市場調査の方法	・市場調査の方法として既存の資料に よる調査と実態調査について学習しま す。 ・調査目的の明確化から調査計画の作 成までの実態調査の実施手順について 学習します。				○	◎		
	6 月	2	第3章 販売計画 第1節 販売計画と販売予測	・販売計画の必要性を理解するととも に、市場需要を測定する方法と売上高 を予測する方法について学習します。	期 末 考 査		◎		○		
		2	第2節 販売計画の立案・ 実施・統制	・販売計画の立案として売上目標高の 設定、販売予算の編成、販売割当の設 定について学習します。			◎	○			
	7 月	1	第4章 製品計画 第1節 製品計画の必要性	・製品計画の内容とその重要性、また 製品計画の内容について学習します。		◎			○	◎	
		2	第2節 新製品の開発と製品 のライフサイクル	・新製品開発の重要性と実施手順、ま た製品のライフサイクルや流通業者に よる商品開発について学習します。					○	◎	
	7 月	2	第3節 製品計画の要素	・製品要素について学び、製造物責任 や環境保全についても理解を深めます。	◎				○	◎	
		2	第4節 製品ミックスと 製品政策	・製品ミックスがどのように構成され、 拡大・縮小されるのかについて学習し ます。また製品政策について三つの考 え方を学習します。					○	◎	
			3	第5章 仕入計画と商品管理 第1節 仕入計画		・仕入計画の意義や仕入商品、仕入先、 仕入方法の決定など仕入計画の手順を 学習します。				○	◎
				夏季課題		・レポートを作成します。		◎	○		
時数合計		24									

学 期	月	時 数	学 習 項 目	学 習 内 容	考 査	評 価 の 観 点			
						関心 意欲	思考 判断	技能 表現	知識 理解
	9 月	4 3	第2節 商品管理 第6章 販売価格 第1節 販売価格の決定	・流通を円滑に進める商品管理の意義と適正な在庫管理の方法について学習します。 ・販売価格の意味や構成、またどのように決定されるのか、決定に影響する要因は何かを学習します。	中 間 考 査	○			◎
		6	第2節 販売価格政策	・販売価格の決定にさいしてとられる	本		○	◎	○

学 期	月	時 数	学 習 項 目	学 習 内 容	考 査	評 価 の 観 点			
						関心 意欲	思考 判断	技能 表現	知識 理解
第 3	1	2	第4節 信用販売	・サンプル、クーポンなどの販売促進 の手段及び信用販売、配達、営業時間 の便利さなどの販売サービスについて 学習します。 ・小売業を主とした店舗立地の重要性 と立地条件を理解するとともに、顧客 を誘引する適切な店舗設計及び商品の 陳列方法について学習します。	学 年		○		◎
		2	第5節 その他の販売促進				○		◎
		3	第6節 店舗の立地と設計				○		◎
	2	2	第9章 顧客満足の実現 第1節 顧客満足	・製品のブランド化、品質の改善、パ ッケージングなどを取り上げて、消費 者対応活動の重要性について学習しま		◎	○		