

# マーケティング シラバス

校長		教頭		
----	--	----	--	--

科目名	単位数	学年	学期	必修・選択	対象
マーケティング	2	3	全	選択	会計科

## 1 概要及び目標

- (1) 激しく変化する現代市場においてマーケティングの役割と意義を理解させる。
- (2) 効果的なマーケティングに関する知識の習得および実践的な実習を行う。
- (3) 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。
- (4) 販売士及びファイナンスへ向けての動機付けをする。

## 2 使用教科書・教材

教科書：マーケティング 336 (実教出版)

## 3 授業の展開と形態

2クラス同時展開の選択者

## 4 学習方法

- (1) 教科書を中心に基礎的な知識を習得させる。
- (2) 生徒に興味・関心を持たせ、テレビやラジオを視聴させたり、新聞・雑誌・広告などを見できるだけ具体的に指導する。
- (3) 新聞の記事を取り上げ、社会的・経済的・法律的な問題等についても話し合わせる。
- (4) 発展的・応用的にマーケティング実習やソフトの活用を通してマーケティングに関する基技術を身に付けさせる。

## 5 成績評価

定期テスト、小テスト、検定試験、提出物等を総合的に評価する。

定期考査 70%	小テスト 10%	授業態度 10%	提出物など 10%
----------	----------	----------	-----------

## 6 その他 (履修上の注意)

教科書・筆記用具の準備をきちんとすること。

## 7 観点別評価の趣旨

評価の観点・内容		評価の方法
関心・意欲・態度	・マーケティングに関心を持ち、その知識と技術の習得を目指して取り組んでいるか。	・学習への意欲や態度 ・課題等の提出状況、取り組み
思考・判断・表現	・これからのビジネス社会におけるマーケティング活動の諸問題の解決を目指して自ら思考を深め適切に表現できているか。	・定期考査 ・小テスト等
技能	・ビジネスの諸活動におけるマーケティングに関する情報を適切に収集、処理できるか。	・定期考査 ・小テスト等 ・提出物
知識・理解	・ビジネスの諸活動におけるマーケティングに関する情報の意義や役割を理解しているか。	・定期考査 ・小テスト等

## マーケティング 学習計画

月	学期	学習内容	時間	留意点・テスト等
4	第1学期	第1章 現代市場とマーケティング 1. 現代市場の特徴	2	・中間テスト      ・期末テスト
		2. マーケティングの概要	3	
5		第2章 市場調査 1. 市場調査の意味	3	
		2. 市場調査の手順	3	
6		3. 実態調査の方法	5	
		4. 市場調査の実習	3	
7		第3章 消費者行動 1. 消費者行動と購買	3	
	2. 購買意思決定過程	3		
		3. 製品のライフサイクルと普及	3	
9	第2学期	第4章 販売計画 1. 販売計画と販売予測	4	・中間テスト      ・期末テスト
		2. 販売計画の立案・実施・統制	4	
10		第5章 製品計画 1. 製品計画の概要	2	
		2. 製品ミックスと製品政策	5	
		*製品開発（商品開発）		
11		第6章 仕入計画と商品管理 1. 仕入計画	6	
		2. 商品管理	3	
12	第7章 販売価格 1. 販売価格の決定	3		
	2. 価格戦略	5		
1	第3学期	第8章 販売経路 1. 販売経路の設定	2	・学年末テスト
		2. 販売経路の強化	2	
		第9章 販売促進 1. 販売促進の重要性	1	
2		2. 広告	3	
		*広告の実習		
		3. 販売員活動	5	
		* 販売の実習		
			70	

