

〔 選択 〕

教 科： 商業

科 目： マーケティング

単 位 数： 2

科目の目標：

○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について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。

授業の計画：

前期	<ul style="list-style-type: none"> *現代社会とマーケティング <ul style="list-style-type: none"> ・現代市場の特徴と発展 ・マーケティングの歴史・重要性 *マーケティングのプロセス <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティング環境分析 ・マーケティングミックス *市場調査 *消費者の購買行動 <ul style="list-style-type: none"> ・購買決定プロセス ・製品ライフサイクル
後期	<ul style="list-style-type: none"> *商品計画 <ul style="list-style-type: none"> ・販売計画 ・仕入計画 ・商品管理 *価格政策 <ul style="list-style-type: none"> ・小売価格の設定 ・価格の安定と維持 *プロモーション <ul style="list-style-type: none"> ・広告 ・販売員活動 ・PR活動 ・店舗設計

授業で
使用するもの

○教科書
○ノート
○筆記用具

評価の計画：

	詳しくは担当の先生より説明があります	関心・意欲・ 態度	思考・判断・ 表現	技能	知識・ 理解
成績 評価 の 方 法	マーケティングに広く関心を持っている。	○			
	意義や役割の理解及び諸問題を探求しようとしている。	○			
	諸問題に対し、自らの思考を深めている。		○		
	基礎的な知識と技術を活用して適切に判断できる。		○		
	一連のマーケティングについて適切に表現できる。		○		
	マーケティングにかかわる事柄を処理できる。			○	
	基礎的・基本的な知識と技術を身につけている。				○
	マーケティングの意義や役割を理解している。				○
定期考査・授業内テスト等は観点別に集約し、評定への総括の資料とする。					
授業への参加及び取り組み状況は、評定への総括の際に参考とする。					

その他

・将来の消費生活のために、商業の基礎を学ぶことは有意義なことです。