

東京都立八王子桑志高等学校 令和6年度 年間指導計画（シラバス）

教科・分野：	商業・ビジネス情報	科目：	マーケティング	単位数：	2	指導学年：	2
使用教科書	マーケティング（実教出版）	副教材	マーケティング問題集（実教出版）				

年間指導目標：

- ・マーケティングについて実務に活かせるよう体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身に付ける。
- ・自ら課題を発見し、ビジネスに携わるものとして科学的な根拠に基づいて創造的に解決する力を養う。
- ・ビジネスにおける「展開する力」の向上を目指して自ら学び、主体的かつ衝動的に取り組む態度を養う。

評価規準	知識・技能（知）	思考力・判断力・表現力（思）	主体的に学習に取り組む態度・学びに向かう力（態）
	・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。	現代の経済社会にあって、マーケティングの知識、技術などを活用し、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、理論や市場の動向、データ、成功事例や改善した事例など科学的な根拠に基づいて工夫して解決することについて考えることができる。	ビジネスを展開する力の向上を目指して自ら学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、マーケティングに関わる政策の企画と実施などに責任をもって取り組んでいる。

評価方法				
a:定期考査	b:パフォーマンス (実技・実習・課題)	c:小テスト等	d:自己評価	e:授業態度

学期	考査	単元及び指導内容	観点	評価規準	評価方法					配当 時数
					a	b	c	d	e	
1 学期	中間 考査	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	(知)	・マーケティングを学ぶ意義を理解している。 ・現代市場におけるマーケティングの概要や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。	○					12
		2：現代の市場とマーケティング	(思)	・マーケティングの意義と課題について、現代市場の特徴と関連付けて見だしている。 ・購買意思決定までの消費者心理と行動に影響を与える要因を見出すことができる。			○			
		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	(態)	・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を踏まえ、マーケティングに主体的かつ協動的に取り組んでいる。					○	
1 学期	期末 考査	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	(知)	・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。	○					12
		第4章 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	(思)	・市場考査に関連する課題を発見し、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・改善し、市場考査で得られた情報を科学的に分析することができる。			○			
			(態)	・STP分析に関する課題を発見し、科学的な根拠に基づいてその解決方法を考えることができる。 ・STP分析について自ら学び、主体的かつ協動的に取り組む。実習に積極的に取り組むことができる。					○	

2 学 期	中 間 考 査	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	(知) ・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。	○					16	
		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	(思) ・製品政策に関する課題を発見し、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・改善している。 ・価格政策を立案して実施し、評価・改善している。			○				
			(態) ・製品政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、製品政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。					○		
2 学 期	期 末 考 査	第7章 チャンネル政策 1. チャンネル政策の概要 2. チャンネルの選択と管理 3. チャンネル政策の動向	(知) ・チャン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。 ・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。	○					16	
		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	(思) ・チャンネル政策に関する課題を発見し、チャンネル政策を立案して実施し、評価・改善している。 ・プロモーション政策の課題を発見し、立案して実施し、評価・改善している。			○				
			(態) ・チャンネル政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、チャンネル政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。 ・プロモーション政策においても同様に取り組んでいる。					○		
3 学 期	学 年 末 考 査	第8章 プロモーション政策 3. プロモーション政策の動向	(知) 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。 ・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。	○					22	
		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	(思) ・プロモーション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、プロモーション政策を立案して実施し、評価・改善している。			○				
			(態) ・プロモーション政策について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、プロモーション政策に主体的かつ協働的に取り組んでいる。 ・実習に主体的・協働的に取り組んでいる。					○		
									合計	78