

教科	科目名	単位数	学年	学科またはコース	履修
商業	マーケティング	2	2	2年オープン選択	選択

科目のねらい	マーケティングの全体像を理解し、日常生活の中でモノやサービスが売れる仕組みを考える。また、農業におけるマーケティングの意義や役割について考え、理解する。
--------	--

使用教材など	マーケティング（実教）
--------	-------------

期	月	時数	学 習 内 容	学習のポイント
一 学 期	4	6	○現代市場とマーケティング	1. 現代市場の特徴を理解する。 2. 市場調査の必要性を理解する。
	5	10		
	6	5	○市場調査	
	7	4		
二 学 期	8	2	○消費者行動	1. 消費者のニーズを理解する。 2. 商品が買われる過程を知る。 3. 販売計画の必要性や流れを理解する。 4. 販売予測の方法を知る。
	9	7		
	10	8	○販売計画	
	11	6		
	12	5		
三 学 期	1	6	○製品計画	1. 消費者のニーズと製品づくりのための計画について知る。 2. 製品計画の全体像を理解する。 3. 仕入計画の意味を理解し、様々な仕入れ方法を知る。
	2	7	○仕入計画と商品管理	
	3			

評価項目・学習にあたって・評価点

①定期テスト	授業の内容やモノやサービスが売れる仕組みが理解できているか。また、マーケティングの視点から、身近な商品について「なぜ売れるのか」「なぜヒット商品になったのか」などを理解したり、自分の考えを述べたりすることができるか。テストは年間4回実施する。	70点
②意欲・関心・態度	授業前に教科書、ノート準備がされており、服装を正して授業に臨んでいるか。また、ノートをきちんととり意欲的・積極的に取り組む姿勢が見られるか。	10点
③提出物	ノートは毎時間の学習がきちんとまとめられているか。配布資料はノートに貼り付けられているか。課題は内容を理解し、期限を守って提出することができるか。	10点
④出席状況	欠席、遅刻をせずに毎時間出席することができるか。	10点