

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	3	3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	4	○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。
	5	4	○仕入計画と商品管理	
	6	8		
	7	6		
二 学 期	8	2	○販売価格	1. 価格決定の基本的なメカニズムを理解する。 2. 価格戦略、価格表示について考える。 3. 販売経路の設定基準を理解する。
	9	10	○販売経路	
	10	8		
	11	5		
三 学 期	12	4		1. 販売促進の重要性を理解する。 2. 広告の役割を理解する。 3. マーケティングの視点から農業を考える。 4. 売れる農産物や販売方法についてアイディアを発表する。
	1	5	○販売促進 ○マーケティングの考え方を活かした農業	

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、ノートの準備がされており、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されているか。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