

令和6年(2024年)度年間授業計画表					
学年	2 年	学科	全学科	必選	オープン選択
教科	商業	科目	マーケティング	単位	2 単位
使用教材	実教出版「マーケティング」				
学習目標	① 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。 ② 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。				
単元と内容					
1 学期	○現代市場とマーケティング ○市場調査	現代市場の特徴を理解する。			
		市場調査の必要性を理解する。			
2 学期	○消費者行動 ○販売計画	消費者のニーズを理解する。			
		商品が買われる過程を知る。			
		販売計画の必要性や流れを理解する。			
		販売予測の方法を知る。			
3 学期	○製品計画 ○仕入計画と商品管理	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。			
		製品計画の全体像を理解する。			
		仕入計画の意味を理解し、様々な仕入方法を知る。			
評 価					
評価の観点		評価の趣旨			
I	知識・技能	マーケティングについて実務に即して体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術が身に付いている。			
II	思考・判断・表現	マーケティングに関する課題を発見し、ビジネスに携わる者として科学的な根拠に基づいて創造的に解決できる。			
III	主体的に学習に取り組む態度	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら学び、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組む態度が身に付いている。			
評価方法	観点Ⅰ		観点Ⅱ		年間時数
	定期テスト 授業プリント		授業プリント 定期テスト 作品制作		予定
					60 時間
					実施
置賜農業 育てる能力		①健康 ②自己肯定感 ③忍耐力 ④主体性 ⑤生命 ⑥他者理解 ⑦協調性 ⑧誠実 ⑨生きる力 ⑩知識技能 ⑪地域づくり ⑫実践奉仕 ⑬社会貢献			