

# 令和4年度 商業 「マーケティング」 シラバス

単位数	2単位	系列:学年	流通ビジネス系列
科目の種類	必修	使用教科書	マーケティング

## 1 学習の到達目標等

学習の到達目標	◎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 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 を育てる。
---------	--

## 2 授業計画と学習内容

学期	学習内容
1 学期	第1章 1. 現代市場の特徴 2. マーケティングの概要
	第2章 1. 市場調査の意味 2. 市場調査の手順 3. 実態調査の方法 4. 市場調査の実習
	第3章 1. 消費行動と購買 2. 購買意思決定過程 3. 製品のライフサイクルと普及
2 学期	第4章 1. 販売計画と販売予測 2. 販売計画の立案・実施・統制
	第5章 1. 製品計画の概要 2. 製品ミックスと製品政策
	第6章 1. 仕入計画 2. 商品管理
	第7章 1. 販売計画の決定 2. 価格戦略
	第8章 1. 販売経路の設定 2. 販売経路の強化
	第9章 1. 販売促進の重要性 2. 広告
3 学期	3. 販売員活動 4. ブランド 5. 信用販売 6. その他の販売促進
	計

## 3 評価の観点・内容及び評価方法

評価の観点及び内容		評価方法
関心・意欲・態度	○マーケティングに関する諸問題について関心 をもち意欲的に取り組んでいるか。	○ 学習活動への意欲 ○ レポート・ノート ○ 自己評価票
思考・判断・表現	○マーケティング活動に関する諸問題を解決 するために、日頃から自らの施行を深めて いるか。	○ レポート ○ 実習課題 ○ 発表態度や作成資
技能	○マーケティングに関する資料をさまざまな メディアから収集し、その中から適切な ものを選択することができるか。	○ レポート ○ 実習課題 ○ 発表態度や作成資
知識・理解	○マーケティングに関する基礎的・基本的な 知識と見識を身につけ、それを現実の諸 問題に適用できるまで理解できているか。	○ 定期考査 ○ 小テスト

