

科目名		マーケティング		使用教科書	マーケティング(実教出版)	
単位数	2	履修学年	2年	学習書	全商商業経済検定模擬試験問題集 1・2級 マーケティング(実教出版)	
科目の目標				評価の観点と評価規準		評価方法
(1)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、関連する技術を身に付けさせる。 (2)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する力を養わせる。 (3)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を養わせる。 ○全国商業高等学校協会主催 商業経済検定 2級 (マーケティング)				知識・技能	定期試験の「知識・技能」を問う問題にて判断。	試験(2回)
				思考・判断・表現	定期試験の「思考・判断・表現」を問う問題にて判断。	試験(2回)
				主体的に学習に取り組む態度	出席状況と定期試験の結果より総合的に判断。	試験(2回)・出席状況
月	編・章	学習項目	概要		教科書	
4	1章	マーケティングの概要	マーケティングの歴史と発展		p.8-13	
	2章	消費者行動の理解	消費者の心理と行動の関係		p.32-33	
	4章	STP	セグメンテーション		p.63-65	
5	1章	マーケティングの概要	マーケティングの歴史と発展		p.8-13	
	2章	消費者行動の理解	購買意思決定過程、消費者行動に影響を与える要因		p.34-43	
	4章	STP	ターゲティング、ポジショニング		p.66-75	
6	1章	マーケティングの概要	現代の市場とマーケティング		p.14-21	
	3章	市場調査	市場調査の概要、市場調査の手順		p.44-46	
	5章	製品政策	製品政策の概要		p.76-81	
7	1章	マーケティングの概要	マーケティング環境の分析		p.22-25	
	3章	市場調査	仮説検証の手順		p.47-49	
	5章	製品政策	新製品開発、販売計画と生産計画		p.82-90	
8	1章	マーケティングの概要	マーケティング・マネジメント		p.26-31	
	3章	市場調査	実態調査の方法		p.50-61	
	5章	製品政策	製品政策の動向		p.91-97	
9	6章	価格政策	価格政策の概要		p.98-100	
	8章	プロモーション政策	プロモーション政策の概要		p.130-131	
	9章	マーケティングのひろがり	さまざまなマーケティング戦略		p.160-163	
10	6章	価格政策	価格の設定方法		p.101-108	
	8章	プロモーション政策	プロモーション政策の概要		p.130-131	
	9章	マーケティングのひろがり	サービス・マーケティング		p.164-167	
11	6章	価格政策	価格政策の動向		p.109-113	
	8章	プロモーション政策	プロモーションの種類		p.132-154	
	9章	マーケティングのひろがり	小売マーケティング		p.168-175	
12	7章	チャネル政策	チャネル政策の概要		p.114-115	
	8章	プロモーション政策	プロモーションの種類		p.132-154	
	9章	マーケティングのひろがり	観光地マーケティング		p.176-178	
1	7章	チャネル政策政策	チャネルの選択と管理		p.116-121	
	8章	プロモーション政策	プロモーション政策の動向		p.155-159	
	9章	マーケティングのひろがり	グローバル・マーケティング		p.179-180	
2	7章	チャネル政策	チャネル政策の動向		p.122-129	
	8章	プロモーション政策	プロモーション政策の動向		p.155-159	
	9章	マーケティングのひろがり	ソーシャル・マーケティング		p.181-183	