

「マーケティング」学習指導案（第2学年商業科）

日 時：令和2年12月 2日（水） 第2校時
対 象：2年5組 商業科（男子14名 女子15名）
場 所：教室棟2階 会議室
授業者：教諭 猿渡 瑠里

1 単元名 第5章 製品計画 1. 製品計画の概要 (使用教科書 実教出版 マーケティング)

2 単元について

(1) 教材観

製品やサービス開発の実習を通してマーケティング活動のなかで製品計画が果たす役割の大きさを理解させたい。地域経済が振興していくためには、どのような消費者志向や社会志向に基づく製品計画が必要なのか、地域課題解決学習を通して消費者ニーズに対応しようとする態度や考えを養わせたい。

(2) 生徒観

日頃の授業から教師の問いかけなどに対して活発に発言する生徒が多い。全体的に落ち着いた雰囲気です話もしっかりと聞くことができ、授業態度も概ね良好である。5月に実施したアンケートでは、「商業の授業で学んだことを日常生活と関連づけて考えることができる」、「商業科での学びを今後の職業に活かす自信や力がある」に自信があると前向きに答えた生徒の割合は6割ぐらいで比較的に商業科での学びについては興味・関心を示す生徒が多かった。しかし、「地域に対して興味・関心があり、自ら進んで地域社会に対して行動することができる」という項目には3割ぐらいの生徒しか自信を持つことができず、地域の課題解決学習を通し、地域社会との更なる結びつきが必要であると感じられる。また、「調査やデータを整理することが得意である」、「自分の意見を周囲にわかりやすく伝えることができる」の項目でも約3割の生徒しか自信を持っておらず、授業のなかで言語活動の充実化が求められる。

(3) 指導観

ア 製品計画における商品計画の位置づけを明確に把握させ、ICTを活用することで、興味・関心を引き出し理解を深めるとともに、生徒のICT操作に関する技能を高めさせる。

イ グループワークなどの言語活動を取り入れることで、他者を尊重し、協働しながら課題解決に取り組む態度を養うことで「表現力」や「他者との協働」を身に付けさせる。

ウ これまで学んだマーケティングの知識・技能を効果的に活用するためにも、身近なテーマの課題解決学習を図ることで、主体的に課題解決に向けて貢献しようとする態度を育む。

3 単元の目標と評価規準

(1)

ア SDGsに興味・関心を持ち、循環型社会に貢献しようとする考えが行動を取ることができる。

(関心・意欲・態度)

イ マーケティングにおける製品計画の位置づけと重要性を把握し、課題解決学習に関連して考察することができる。(思考・判断・表現)

ウ 各製品政策の実態や市場の状況などに興味・関心を持ち、企業のマーケティング活動における差別化を意識して製品計画に結びつけるセンスを身に付けることができる。(技能)

エ 各製品政策について、企業と消費者の両者の立場から、メリット・デメリットを理解することができる。

(知識・理解)

(2) 評価規準

別表にて記載

4 単元の指導計画・評価計画

(1) 指導計画

第5章 製品計画 (全5時間)

1. 製品計画の概要 (3時間) ※本時は3時間中2時間目

- (1) 商品計画の内容 (2) 製品計画の重要性 **(3) 製品計画の内容 ※本時**
 (4) 流通業者による商品開発 (5) 製造物責任と環境保全

2. 製品ミックスと製品政策 (2時間)

- (1) 製品ミックス (2) 製品政策

※別表にて記載

5 本時の学習

(1) 本時の目標

- ・マーケティングにおける製品計画の位置づけと重要性を把握し、課題解決学習に関連して考察することができる。
【思考・判断・表現】

(2) 展開

過程	学習活動	指導上の留意点と評価	備考
導入 5分	1. 前時のマーチャンダイジングの5原則について確認後、本時の目標（ゴールイメージ）を確認する。	・スライド及びワークシートで前回、取り組んだ内容及び本時の授業の流れを確認させる。	ワークシート ICT
展開 40分	2. 【協議：グループ活動】 ①同業他社のサービスについて情報を共有し、内容を整理する。(5分) ②マーチャンダイジングの5原則を適用し、課題解決テーマのサービスを考える。(20分) ③発表用シートに各グループの考えをまとめる。(5分)	・宿題で出した同業他社のサービスを対比させながら、サービスの改良や新サービスの展開についてマーケティングの視点で客観的に考えを整理するよう促す。 ・マーチャンダイジングの5原則「適切なサービス、適切な場所、適切な時期、適切な数量、適切な価格」の観点を意識し、課題解決テーマのサービスを考えるよう促す。 ・本時の製品計画の内容は、サービスの企画として「既存製品やサービスの改良」を考えて意見を整理することを促す。 ・全体の様子や、班の状況によっては順調に話し合いを進めているグループの内容を紹介する。または、他の班の様子を偵察に行くことも可能であると声かけをする。 ・発表用シートに意見をまとめ発表に備えるよう声かけをする。	ワークシート ICT 色鉛筆 付箋紙

<p>展開 40分</p>	<p>3. 発表</p> <ul style="list-style-type: none"> 各グループで協議したマーチャンダイジングについて発表する。(10分) 	<ul style="list-style-type: none"> ICTを用い、各グループから本時の取組について発表させる。 他グループの発表内容についてメモをすることを促す。 	<p>ICT ワークシート</p>
<p>評価：思考・判断・表現（ワークシート）</p> <p>マーケティングにおける製品計画の位置づけと重要性を把握し、課題解決学習に関連して考察することができる。</p> <p>「おおむね満足できる」状況(B)</p> <p>商品（サービス）を提供するためのマーチャンダイジングの5原則に照らし合わせて既存商品（サービス）の改良や新用途の開拓について実現可能なサービスを企画として考えることができる。</p> <p>※「努力を要する」状況(C)と判断した生徒に対する手立て</p> <p>課題解決テーマのサービス企画は考察することができるが、グループワークへの参加が消極的で、マーチャンダイジングの5原則のうち、可能な内容について意見を集約するよう支援する。</p>			
<p>まとめ 5分</p>	<p>4. 本時のまとめ</p> <ul style="list-style-type: none"> リフレクションシートにて本時の学習を振り返る。(4分) <p>5. 次回の予告</p>	<ul style="list-style-type: none"> リフレクションシートへの記入を促す。 ワークシートの回収 	<p>ワークシート</p>

(3) 評価基準

場面	観点	「十分満足できる」状況(A)	「おおむね満足できる」状況(B)	「努力を要する」状況(C)と判断した生徒に対する手立て	評価ツール
展開3. 発表	思考判断表現	B基準に加え、科学的な根拠や客観的なデータを用いており、実現可能なサービスの企画について、さらに具体的に提案することができる。	商品（サービス）を提供するためのマーチャンダイジングの5原則に照らし合わせて既存商品（サービス）の改良や新用途の開拓について実現可能なサービスの企画として考えることができる。	課題解決テーマのサービス企画は考察することができるが、グループワークへの参加が消極的で、マーチャンダイジングの5原則のうち、可能な内容について意見を集約するよう支援する。	ワークシート