

教科	商業	科目	マーケティング
年次	2年次・専情	単位数	2
教科書	「マーケティング」 実教出版		
副教材	なし		
科目目標	<p>(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るようにする。</p> <p>(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う。</p> <p>(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う。</p>		

期間	教科書 範囲	学習内容	到達目標	評価方法
年度当初 ～前期中間考査	P8～43	第1章 マーケティングの概要 第2章 消費者行動の理解 ※マーケティング実習 (ふるさと納税について)	・現代におけるマーケティングの在り方、及び消費者の行動について理解し、それに基づいてマーケティング活動を行うことが出来る。	課題 中間考査 実習への取り組み
～前期期末考査	P44～71	第3章 市場調査 第4章 S T P ※マーケティング実習 (市場調査実習) ※天草起業塾への参加	・市場調査を効果的に実施し、マーケティングに活用することができる。 ・ビジネスプラン作成について真摯に向き合い、計画・表現することが出来る。	課題 天草起業塾への参加 市場調査実習への取り組み
～後期中間考査	P76～113	第5章 製品政策 第6章 価格政策 ※マーケティング実習 (新しい商品・サービスの創造)	・消費者の課題から新たな商品・サービスの創造と、その商品・サービスの適正な価格について考えることが出来る。	課題 新商品プラン計画書 中間考査
～後期期末考査	P114～158	第7章 チャネル政策 第8章 プロモーション政策 ※マーケティング実習 (プロモーションの実践)	・効率的なチャネル政策を考えることが出来る。 ・効果的なプロモーション活動を創造することができる。	課題 プロモーション実習への取り組み
～年度末	P160～182	第9章 マーケティングの広がり ※マーケティング実習 (地域課題について)	・地域課題について真摯に向き合い、地域振興の一役を担うことが出来る。	課題