

4 ワークショップ型授業への挑戦：「マーケティング」

年間指導計画案

(2単位想定)

学期	単元名	配当	学習内容のアイデア
1 学 期	(1)現代市場とマーケティング  ア 現代市場の特徴 イ マーケティング の発展と内容 ウ マーケティング 管理の必要性	15	【テーマ】 「資料(新聞・Web)から何が見えるか見てみよう」 【内容】 地域のあるいは身近な企業がどんなマーケティング活動をしているのか、調べ まとめてみる。 また、マーケティング活動を通じて世の中の動きを発見し、考えさせる。
	(2)市場調査  ア 市場調査と調査方法 イ 実施手順 ウ 資料の収集と分析	15	【テーマ】 「学校生活を改善しよう」 【内容】 食堂の売上高を伸ばそう・メニューを改善しよう 自動販売機の売上高を伸ばそう 校則を見直そう 高校生活を見てみよう
2 学 期	(3)商品計画  ア 販売計画と販売予測 イ 仕入計画と販売管理 ウ 製品開発と商品の品揃え エ 販売経路と販売価格	20	【テーマ】 「仕入計画の内容と手順について考えてみよう」 【内容】 地元やよく利用するコンビニエンスストアの仕入計画や品揃えを検討する。
3 学 期	(4)販売促進  ア 販売促進の方法 イ 広告活動 ウ 販売員活動 エ 店舗の立地と設計 オ その他の販売促進活動	10	【テーマ】 「折り込み広告を改善しよう」 【内容】 地元やその他の企業の折り込み広告を作成する。
	(5)顧客満足の実現 ア 合理的物流活動の方策 イ 消費者対応活動 ウ アフターサービス	10	
備考			

## 評価規準

科目名：マーケティング

内 容	関心・意欲・態度	思考・判断	技能・表現	知識・理解
(1) 現代市場とマーケティング	現代市場の動向を把握し、マーケティング活動の体系と内容について自分から進んでまとめたり確認したりしようとする。	現代市場の動向やマーケティング活動の体系と内容について客観的に考察するとともに、現代市場の抱える諸問題を見つけようとする。	現代市場の動向やマーケティング活動の体系と内容について客観的に把握し、わかりやすく説明する。	現代市場の特徴とマーケティング活動の体系と内容に関する基礎的・基本的な知識を有し、理解している。
(2) 市場調査	マーケティング活動における市場調査の必要性、具体的な手順とその結果の活用方法について、自分から進んでまとめたり確認したりしようとする。	マーケティング活動における市場調査の必要性、具体的な手順とその結果の活用方法について、様々な角度から考察しようとする。	マーケティング活動における市場調査の必要性、具体的な手順とその結果の活用方法について、客観的に把握し、わかりやすく説明する。	マーケティング活動における市場調査の必要性、具体的な手順とその結果の活用方法について、基礎的・基本的な知識を有し、理解している。
(3) 商品計画	仕入計画や商品管理に関心を持ち、仕入計画や商品管理について、自分からすすんでまとめたり確認したりしようとする。	仕入計画と商品管理について、様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、顧客満足の実現についての諸問題を見つけようとする。	仕入計画や商品管理に関する様々な資料や手法を適切に選択して活用し、顧客満足の実現について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	仕入計画と商品管理に関する基礎的・基本的な知識を理解し、様々な販売促進活動に活用することができる。
(4) 販売促進	販売促進に関心を持ち、販売促進の方法やその中の広告活動・販売員活動、店舗立地と設計やその他の販売推進活動について自分からすすんでまとめたり確認したりしようとする。	販売促進の意義、役割などについて様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、販売促進の諸問題を見つけようとする。	販売促進に関する様々な資料や技法を適切に選択して活用し、販売促進について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	販売促進に関する基礎的・基本的な知識を理解し、様々な販売促進活動に活用することができる。
(5) 顧客満足の実現	顧客満足の実現に関心を持ち、合理的物流活動の方策や消費者対応活動、アフターサービスについて、自分からすすんでまとめたり確認したりしようとする。	顧客満足の実現に向けて、様々な角度から主体的かつ客観的に考察するとともに、顧客満足の実現についての諸問題を見つけようとする。	顧客満足の実現に関する様々な資料や手法を適切に選択して活用し、顧客満足の実現について客観的に把握し、その過程及び結果を適切に表現する。	顧客満足の実現に関する基礎的・基本的な知識を身につけ、顧客満足の実現に向けて活用することができる。

## ケーススタディ

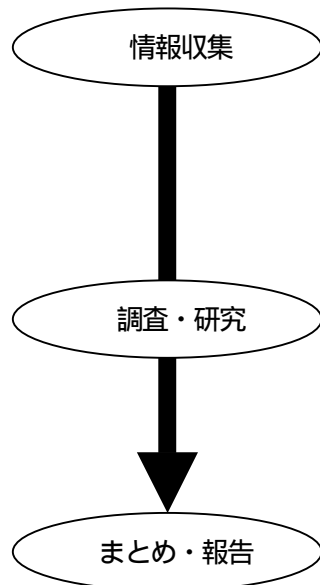
「資料(新聞・Web)から何が見えるか見てみよう」

題材：新聞記事から企業の動きと世の中の動き(なるべくマーケティング活動に関すること)を調査し、追跡してみる。

ねらい：企業の動きを見ることで、世の中の動きが何か発見できないか。また同業種の企業がどんな企業活動をしているのか、比較・検討させる。

展開の：身近な企業をとりあげることで、学習内容に興味・関心を与える。

コッ



### 情報収集(1h)

- ・新聞(資料)を持ち寄り、興味・関心を示す企業を選ぶ
- ・新聞の中から気になる記事(情報)やキーワードをできるだけ多く抜き出す
- ・調べたい企業だけでなく、同業種の企業についてもできるだけ多く抜き出す。
- ・雑誌やインターネットなども利用し、情報を入手する。

### 調査・研究(1h)

- ・収集した記事やキーワードに見出しをつけながらグループ化する。
- ・グループ間の関係について特徴的なことはないか、仮説を立てながら考えてみる。

### まとめ・報告(2h)

- ・コンピュータを用いて、報告しやすいようにまとめる。
- ・まとめたことを報告し、質問に答える。

(関心・意欲・態度)

A	B	C
学習活動に意欲を見せ、学習の準備から実施、まとめ・報告に至るまで自分で調べ、考えをまとめわかりやすく報告できる。	学習活動の意義を理解し、授業に参加している。また、主体的に学習活動に取り組むことができる。	学習活動に取り組み、授業に参加している。

## ケーススタディ

### 「学校生活を改善しよう」

題 材：〔校内で実施できる題材〕

食堂（市場）の売上高を伸ばそう

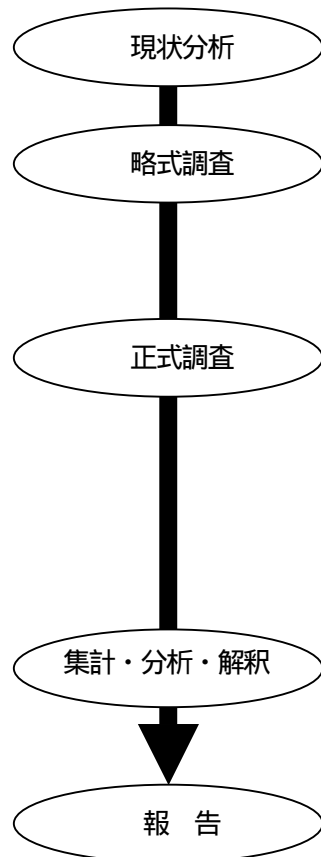
調査をし、改善しよう・・・（例）高校生の持ち物、お小遣、学習時間

〔長期休業中を利用し、校外で実施できる題材〕

商店街やショッピングセンターの動向調査から、身近な社会を覗いてみよう。

ねらい：生徒の一人として、学校生活に問題意識を持ち積極的に解決する中で、身近な事例をもとに市場調査とその方法を習得させる。

展開の：高校生活と市場をだぶらせ、「こうすればもっとよくなる」、「こうした方がいいのでは?」といコツ った視点から市場調査に興味・関心を持たせる。



現状分析（状況分析）（1h）

在学している高校で抱えている身近な問題点を抜き出し、その改善策を立てよう。

略式調査（事前調査、予備調査）（1h）

クラスの代表者や先生の代表に集ってもらい、自由に意見を出してもらう。

調査内容の不備や問題点の修正をする。

正式調査（本調査）（2h）

1) 計画

- ・調査目的・・・問題解決のために具体的に設定しているか
- ・調査対象・・・問題解決に必要な集団を対調査象にしているか
- ・調査方法・・・問題解決に必要な調査方法、調査項目であるか

2) 実施

集計・分析・解釈（3h）

- ・コンピュータを用いて、調査項目ごとに集計する。
- ・集計した情報の項目間の関連を分析する。
- ・分析した結果にもとづき、調査目的や仮説と照合し、検討する。

報 告（1h）

- ・調査結果を報告書にまとめる。
- ・授業や校内報告会で発表する。（プレゼンテーション）
- ・問題解決の方向を指摘する。

（思考・判断）

A	B	C
学習活動に意欲を見せ 準備から実施 報告に至るまでグループ内でお互いを尊重しながら自分の意見を主張し 実習活動に取り組むことができている。	学習活動の意義を理解し、授業に参加している。また、主体的に実習活動に取り組むことができている。	学習活動に参加している。また、実習活動に取り組むことができている。

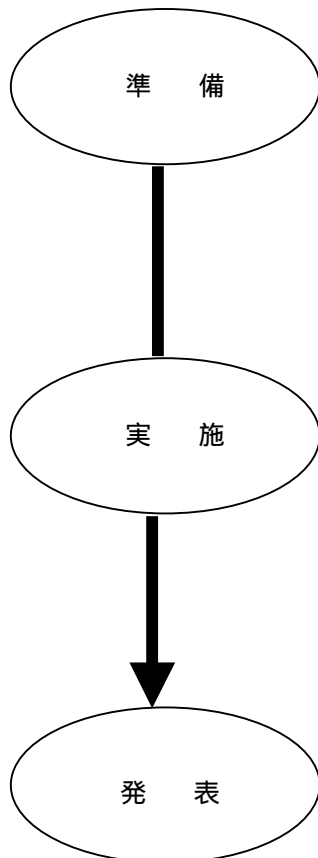
## シミュレーション

### 「仕入計画の内容と手順について考えてみよう」

題 材：仕入計画や商品管理について考えてみよう

ねらい：自分たちがよく利用する商店・コンビニエンスストアについて売れ筋の良い商品を調べさせる。

授業の：あらかじめクラスでコンビニエンスストアの売れ筋の良い商品をアンケートして列挙して  
コ ッ おく。



準備：（3h）仕入計画や商品管理のとして、次のようなポイントを事前に学習する。

1. 仕入計画の意味の注意点
2. 仕入計画の手順の注意点
3. 仕入計画の内容の注意点
4. 商品管理の意味について
5. 商品の物的管理について

これらのことについて、事前に学習しておくことが必要である。

実施：（6h）各グループ（チーム）ごとに自分たちがよく利用する商店・コンビニエンスストアについて売れ筋の良い商品を列挙してみる。

ストアコンセプトを各グループ（チーム）で検討する。

検討した結果をふまえて品揃えの検討をする。

各グループ（チーム）で列挙された商品について仕入計画を立てる。

発表：（2h）各グループ（チーム）が検討した内容に基づいてコンセプト、仕入計画のポイント、工夫した点等についてそれぞれプレゼンテーションをする。また、自分たちが考えたことと他のグループが考えたものとを比較しふり返る。

### （関心・意欲・態度）

A	B	C
学習活動に意欲を見せ、準備から実施、まとめに至るまでチーム内でお互いを尊重しながら自分の意見を主張し、制作活動に取り組むことができている。	学習活動の意義を理解し、授業に参加している。また、主体的に制作活動に取り組むことができている。	学習活動に参加している。また、制作活動に取り組むことができている。

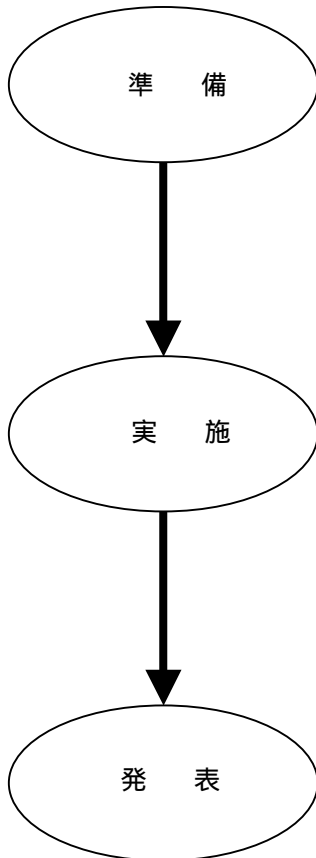
# シミュレーション

## 「折り込み広告を改善しよう」

題 材：折り込み広告を改善しよう

ねらい：折り込み広告の改良や、新たな折り込み広告作成の流れをワークショップ学習法で体験させると共に、その過程で必要なマーケティングの科目内容を理解させる。

授業の：長期休業などを利用して新聞折り込み広告を収集し、傾向や特長など各自が気付いた点を自分なりコツ に分類し、まとめさせておく。



準備（3h）：広告作成の実習をする前に、次の点を教科書と実際の広告を使用し学習する。

1. キャッチフレーズ作成上の注意点
2. 説明文作成上の注意点
3. レイアウトを考える時、視線の動きとあわせての注意点
4. イラスト(写真)の持つ効果について
5. 用具(必要に応じて配色等も)について

各チームを作り（4～5名）それぞれが準備した折り込み広告を上記の内容について確認し、評価する。

実施（6h）：各チームで、各自が持ち寄った折り込み広告の中から改善する広告を決定する。

決定した折り込み広告について改善点を各チームで検討する。

改善点をふまえて改良版を作成する。

次に、各チームにテーマ(商品)を与えて、そのテーマに対する広告を作成する

作成した作品について、発表する準備を行う。

発表（2h）：各チームが改良した広告については改善点を、新たに作成した広告についてはコンセプト、訴求ポイント、工夫した点等についてそれぞれプレゼンテーションすることで自分たちが制作した作品と他が作成した物とを比較し振り返る。

### （技能・表現）

A	B	C
積極的、意欲的に活動に取り組んでいる。チーム内で適切に協力・分担しながら制作や発表準備にあたっている。また、情報の受け手に伝わりやすい工夫がされている。	意欲を持って制作活動に取り組んでいる。また、伝えたい情報を効果的に表現することが出来ている。	制作活動に取り組んでいる。また、伝えたい情報を表現することが出来ている。