

マーケティング		学 年	1 年	単 位 数	2 単位
科目の概要	マーケティングとは、個人や組織の目標を満足させるための、アイデア・製品・サービスのコンセプト、価格、プロモーション、流通を計画し、実行する過程であり、その方法を基礎から学習します。				
学習の目標	マーケティングの基礎・基本を学習し、商業経済検定 2 級マーケティングの取得を目指す。				
使用教材	教科書：マーケティング（実教出版）				
内容・進度 ・形態	1 学期	2 学期		3 学期	
	第 1 章 現代市場とマーケティング 第 1 節 現代市場の特徴 第 2 節 マーケティングの概要 第 2 章 市場調査 第 1 節 市場調査の意味 第 2 節 市場調査の方法 第 3 章 販売計画 第 1 節 販売計画と販売予測 第 2 節 販売計画の立案・実施・統制	第 4 章 製品計画 第 1 節 製品計画の必要性 第 2 節 新製品の開発と製品のライフサイクル 第 3 節 製品計画の要素 第 4 節 製品ミックスと製品政策 第 5 章 仕入計画と商品管理 第 1 節 仕入計画 第 2 節 商品管理 第 6 章 販売価格 第 1 節 販売価格の決定 第 2 節 販売価格政策 第 7 章 販売経路 第 1 節 販売経路の設定 第 2 節 販売経路の強化		第 8 章 販売促進 第 1 節 販売促進の意味と進め方 第 2 節 広告 第 3 節 販売員活動 第 4 節 信用販売 第 5 節 その他の販売促進 第 6 節 店舗の立地と設計 第 9 章 顧客満足の実現 第 1 節 顧客満足 第 2 節 顧客満足実現のマーケティング 商業経済検定の学習	
学習方法	毎時間の板書を取り、内容を理解していくことが大切です。学習範囲が広いので、日々新聞やテレビ等で情報を敏感に感じ取ることが重要です。				
留意事項	商業経済検定試験 2 級を全員受験します				