

科目	学年・小学科	単位数
広告と販売促進	2年・商業科	2
教科書	実教出版「広告と販売促進」	
副教材		

1. 学習目標

<ol style="list-style-type: none">1. 成熟した現代市場において広告と販売促進が果たす役割とその意義を理解させる。2. 広告や販売促進に関する知識と技術を体験的に習得させる。3. マーケティングにおける企業と消費者間のコミュニケーション活動の果たす意義や役割を理解させる。4. 広告や販売促進など販売に関連する活動を主体的、創造的に行う能力と態度を育てる。
--

2. 学習方法

<p>○授業・主体的に学習する姿勢を身につけさせるために、グループワーク等の活動を取り入れる。</p> <ul style="list-style-type: none">・販売実践等の活動と関連させ、技能や知識の定着をはかる。・情報機器や教材等を活用する。 <p>○予習・特に予習は課さないが、事前に教科書に目を通すなどして授業内容の確認をしてくることが望ましい。</p> <ul style="list-style-type: none">・企業や店舗での取り組みに興味関心を持ち、常に情報収集することを心がける。 <p>○復習・授業内容の定着をはかるため、実践活動での取り組みを課す。</p>
--

3. 評価の観点と趣旨

① 関心・意欲・態度	広告や販売促進などに関する知識と技術について関心を持ち、それらを習得するために意欲的に取り組んでいるか。
② 思考・判断・表現	広告や販売促進に関する課題を解決するために、学習した知識や技能を活用し、適切に判断して、主体的、創造的に取り組む能力が身についているか
③ 技能	広告の作成、店舗設計、商品陳列、接客などに関する知識と技能を身につけているか。
④ 知識・理解	顧客満足の実現に向けて、企業と消費者間のコミュニケーション活動が重要であることを理解できているか。
⑤	

科目名	学年・小学科	単位数
広告と販売促進	2 学年・商業科	2 単位

学期	単元	学習内容	重点をおく評価の観点					単元の評価規準	評価方法	
			①	②	③	④	⑤			
前期中間	第1章 販売促進	第1節 販売促進の概要	1 販売促進とは	○					消費者ニーズの動向を意欲的に究明しようとする態度をもち、それらをターゲティングに結びつける意欲をもっているか。	授業観察 ワークシートの提出と取り組み
		2 販売促進と消費者ニーズ	○							
		3 販売促進とブランド	○							
	第2節 消費者行動の理解	1 説得と態度		○				効果的な説得のための5つの要素を表現できる。	課題提出	
	2 効果的な説得		○							
	3 購買課程		○					消費者の購買過程を表現でき、それと広告や販売促進の関係を思考できる。		
	第3節 販売促進の戦略と具体的活動	1 販売促進の戦略			○			セールス・プロモーションの技能を身につけようとしているか。		
	2 セールス・プロモーション			○						
	第2章 広告	第1節 広告の概要	1 広告とは				○		広告の種類を主体別、対象別、媒体別、目的別に分類する知識を有しているか。	
		2 広告の種類					○			
3 広告の機能						○				
第2節 広告計画の手順と内容		1 広告計画とICM		○				IMCの見地から、全ての広告を消費者の視点から統一して行う意義について関心をもっているか。		
2 状況分析					○					
3 広告コンセプト					○			IMCに基づき、一貫したコンセプトを維持しながら、矛盾しない広告表現でメッセージを伝える技能を身につけているか。		
4 広告表現の決定					○					
5 広告政策の手順						○		正しく状況分析を行い、得られたデータを活用する技能を身につけているか。効果的な広告を制作する手順を理解しているか。		
6 メディアの選択					○					
7 メディアプラン		○					日常生活の中で接するさまざまな広告がどのようなメディアを活用して行われているか判断できるか。広告が効果的に行われているか正しく判断できるか。			
8 広告効果測定		○								
前期末	第3章 広報	第1節 広報の概要	1 広報とは				○	企業にとっての広報の意義を理解しているか。	授業観察	
		2 広報の種類と役割					○			
		3 広報の仕事と組織					○			
	第2節 広報の具体的な活動	1 商品広報	○					ステークホルダーとのコミュニケーション活動に関心をもち、積極的に取り組む態度の重要性を理解しているか。	ワークシートの提出と取り組み	
	2 企業広報	○								
	第3節 効果的な広報	1 効果的な広報の考え方		○				IMCに基づいた効果的な広報の考え方を表現することができる。	課題提出	
	2 効果的な広報の方法		○							
	第4章 店舗の立地と設計	第1節 店舗の立地	1 店舗立地とは				○	商品の種類や業種・業態、店舗規模により商圏の広さが決定されることを理解し、効果的な店舗立地を考察する知識を有しているか。		
		2 立地の選定条件					○			
第2節 店舗の設計		1 店舗設計とは			○			店舗設計を科学的に計画し、効果的な店舗レイアウトを行う技能を身につけているか。		
2 店舗設計の計画				○						
第3節 商品の棚割と陳列	1 棚割の方法		○				商品の種類や特性に応じて、適切な陳列を判断できるか。			
2 陳列の方法		○								
後期中間	第5章 販売員活動	第1節 販売員活動の概要	1 販売員活動とは	○				日常生活で接する販売員の行動について関心をもっているか。	授業観察	
		2 販売員活動の種類		○						
第2節 販売員活動の方法	1 販売員に求められる役割と知識				○		販売員に必要な知識をもとに、具体的な販売手順や接客マナーを技能として身につけているか。	ワークシートの提出と取り組み		
2 効果的な販売方法			○						課題提出	

学年末	時代に 応じた 販売 促進	第6章 時代に 応じた 販売 促進	第1節 新しい販売促進	1 消費者ニーズに応じた販売促進	○				<p>ダイレクト・マーケティングに関心を持ち、各メディアに接する態度を身につけているか。</p> <p>ソーシャル・メディアのもつ長所と短所を理解し、そこからもたらされる情報の有用性を判断することができるか。</p>	授業観察
				2 新しいメディアによる販売促進		○				
				3 新しい方法による販売促進		○				
			第2節 販売促進の規制	1 規制の意義	○				<p>業界の社会的責任に関心を持ち、消費者保護、公正競争の維持を重視する態度をもっているか。</p> <p>販売促進の規制には法規制と自主規制、そして、その中間的な公正競争規約があることを理解しているか。</p>	ワークシートの提出と取り組み
				2 規制の種類			○			
				3 法規制の具体的内容			○			
			第3節 販売促進の課題	1 消費者対応の重要性	○				<p>リコールなどの事例に関心をもっているか。</p> <p>クーリング・オフの可否や方法について表現できるか。</p> <p>アフターサービスや顧客サポートの築く企業と顧客の関係を思考、表現できるか。</p> <p>アフターサービスや顧客サポートを適切に利用する技能をもっているか。</p>	課題提出
				2 法律に基づいた消費者反応		○				
				3 制度に基づいた消費者対応		○				
4 自主性に基づいた消費者対応				○						