

教科・科目		単位数	対象学科・学年・クラス		備考
商業	広告と販売促進	2 単位	流通経済科	3 年 2 クラス	必修修科目

1 学習の到達目標等

学習の到達目標	成熟した現代社会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すること。 広告や販売促進など販売に関する活動を主体的、創造的に行う能力と態度を身につける。
使用教科書	広告と販売促進 (実教出版)
副教材等	広告と販売促進準拠 広告と販売促進問題集 (実教出版)

2 学習計画

学期	学習項目	学習の具体的内容
1 学期	第 1 章販売促進 1 販売促進の概要 2 消費者行動の心理 3 販売促進の戦略と具体的活動	販売促進の役割と内容を把握させる。 販売促進と消費者のニーズの関係を正しく理解させ、ターゲティングの重要性を理解させる。
	第 2 章広告 1 広告の概要 2 広告計画の手順と内容	広告の定義について整理させる。 広告の種類について主体、媒体、目的によって分類し整理させる。 広告計画の立案に際して、商品、消費者、競合の分析、商品の長所・短所の整理が必要であることを理解させる。
	第 3 章広報 1 広報の概要 2 広報の具体的活動 3 効果的な広報	広報の定義と概念について整理させる。 商品広報の分類方法を理解させる
2 学期	第 4 章店舗の立地と設計 1 店舗の立地 2 店舗の設計 3 店舗の棚割と陳列	店舗の立地について商圈から考える視点を養う。 店舗設計がストア・ロイヤリティにつながることを理解させる 店舗レイアウトが売り場形態により、左右されることを理解させる
	第 5 章販売員活動 1 販売員活動の概要 2 販売員活動の方法	販売員活動の役割と目的について理解させる。 販売員に求められる役割と知識について理解させる。 クレームへの対応を思考させ、理解させる。
3 学期	第 6 章時代に応じた販売促進 1 新しい販売促進 2 販売促進の規制 3 販売促進の課題	個人の消費者ニーズに対応させるためのダイレクト・マーケティングについて、定義、目的、利点、課題、用いられるメディア等を理解させる。 企業は消費者の保護、公正競争の維持、業界の社会的責任を重視した上で、販売促進を行わなければならないことを理解させる。 消費者対応の重要性について、商品機能の複雑化、取引形態の多様化という側面から理解させる。

3 評価の観点、内容および評価方法

評価の観点および内容		評価方法
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もち、意欲的に取り組んでいるか	・学習活動への参加態度 ・課題への取り組み
思考・判断・表現	広告や販売促進などに関する活動における諸問題を解決するために思考できるか	・学習活動への参加態度 ・課題への取り組み
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付けているか	・学習活動への参加態度 ・課題への取り組み方や作成状況
知識・理解	広告や販売促進などに関する基礎的・基本的な知識を身に付け、それを現代社会の諸問題を考察できる水準まで理解を深めているか	・定期考査の知識 ・理解に関する問題 ・課題への取り組み方や作成状況