イ　〔指導項目〕の(2)のアについては，挨拶，言葉遣い，表情などについて扱うこと。イについては，慶事，弔事などについて扱うこと。ウについては，販売活動における接客の心構えと方法及びホスピタリティの概念と重要性について扱うこと。

ウ　〔指導項目〕の(3)のイについては，ビジネスの場面において活用できる論理的，批判的に捉えたり，分析したりするなどの方法について扱うこと。ウについては，ビジネスの場面において相手の考えを迅速に理解して思考し伝える工夫，伝え方と聞き方の工夫及びアイデアを創出する方法についても扱うこと。

エ　〔指導項目〕の(4)のイについては，ビジネスを展開する上で踏まえる必要がある外国の文化と商慣習について扱うこと。また，ビジネスにおいて，意見や主張を伝えること，議論することなどに関する考え方や方法の違いについても扱うこと。

第５　マーケティング

１　目　標

商業の見方・考え方を働かせ，実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して，マーケティングに必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

(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。

(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。

(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。

２　内　容

１に示す資質・能力を身に付けることができるよう，次の〔指導項目〕を指導する。

〔指導項目〕

(1) 現代市場とマーケティング

ア　市場環境の変化

イ　マーケティングの発展

ウ　マーケティングの流れ

エ　消費者行動

(2) 市場調査

ア　市場調査の目的と方法

イ　情報の分析

(3) 製品政策

ア　製品政策の概要

イ　製品企画と生産計画

ウ　販売計画と販売予測

エ　製品政策の動向

(4) 価格政策

ア　価格政策の概要

イ　価格の種類と決定の方法

ウ　価格政策の動向

(5) チャネル政策

ア　チャネル政策の概要

イ　チャネルの種類と特徴

ウ　チャネル政策の動向

(6) プロモーション政策

ア　プロモーション政策の概要

イ　プロモーションの方法

ウ　プロモーション政策の動向

３　内容の取扱い

(1) 内容を取り扱う際には，次の事項に配慮するものとする。

ア　顧客満足の実現，顧客の創造，顧客価値の創造などマーケティングの考え方の広がりに留意して指導すること。

イ　マーケティングの動向・課題を捉える学習活動及びマーケティングに関する具体的な事例について多面的・多角的に分析し，考察や討論を行う学習活動を通して，企業で行われているマーケティングについて理解を深めることができるようにすること。

ウ　マーケティングに関する理論を実験などにより確認する学習活動及びマーケティングに関する具体的な課題を設定し，科学的な根拠に基づいてマーケティング計画を立案して提案などを行う学習活動を通して，マーケティングに適切に取り組むことができるようにすること。

(2) 内容の範囲や程度については，次の事項に配慮するものとする。

ア　〔指導項目〕の(1)のウについては，環境分析，セグメンテーション，標的市場の選定，ポジショニング，マーケティング・ミックスの考え方，マーケティング管理の重要性などについて扱うこと。エについては，消