

商業(マーケティング)科 学習指導計画案

・学校名 ×××× 高等学校 (商業科, 総合学科など) 指導教員 _____
 ・日時 平成 27 年 1 月 26 日 (月 曜日) 第 5 校時 実習生 _____
 ・対象 2 年 × 組 (生徒数: 男子 ×× 名, 女子 ×× 名: 合計 ×× 名) 場所 _____
 ・単元名 第 7 章 販売価格

・単元の主たる内容と目標

生産者・卸売業者・小売業者における価格決定の考え方及び生産・流通・販売に掛かる費用、競合他社との関係などの価格決定に影響を与える要因を理解させた上で、市場の動向に応じて行う価格戦略についての基礎的な知識を具体的な事例と共に習得させる。

・単元の指導計画(配当時間および本時の位置づけ)

第 7 章 販売価格の決定
 1 販売価格の決定 — 3 時間
 2 価格戦略 — 本時(3 時間)

・本時の主題名 2 価格戦略

・本時に使用する教材, 教具

(7 実教/商業 304 『マーケティング』(実教出版, 平成 26 年 1 月) P128-132)

・本時の目標

商品需要や購買心理・主観的評価に基づいて設定されている小売価格の 9 つの政策を「身近な事例」や「様々な価格政策に遭遇した体験談」を基に理解させ、それらを理論的にまとめる形で習得させる。

<教材観・題材観>

1 年次に「ビジネス基礎」で学んだ流通やマーケティングの基礎となる内容を踏まえ、理論から事例(実務)まで幅広く取り扱われている教材である。写真や図表などを適度に取り入れることによって、身近な事例やその解説がなされており、「小売価格」について生徒の興味・関心を引きつける要素は十分備わっている。

<生徒観>

経営に興味のある人や経営を学んだことのある人が少ない印象を受けるため、導入段階で簡単なマーケティングの説明が必要であるだろう。しかし、小売店を利用しその価格に触れたことのない人は皆無であり、(政策や戦略として捉えたことは無くとも)それぞれが何らかの価格に関する知識やイメージは持っているはずである。

<指導観>

生徒の持つ価格に関する既存知識やイメージを教材の写真や図表などを基に身近な事例とリンクさせることによって、スムーズな理論的理解に導きたい。また、身近な内容であるという利点を生かし、学んだことを日々の購買行動に活かすことが出来るような展開とし、実体験によって更なる理解を得られるような指導を心掛けたい。

・本時の評価の観点

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
小売店の「1,980 円」という価格や、「家族様 1 個限り」という添え書きの存在に気付いているか。	商品や顧客、状況、販売方法などを考えながら、様々な小売価格政策を使い分けることが出来る。	小売価格政策による演出に感わされず、買い買い物をすることが出来る。	心理的要素の強さを逆手に取り、逆の効果を生み出すことも可能であることを理解しているか。

・本時の指導過程(授業時間:40 分)

	指導項目	指導内容	学習活動		指導上の留意点	時間
			教師のはたらきかけ	生徒の学習活動		
導入	前回の復習	前回:「3 価格の維持・安定政策」迄学習マーケティングにおける価格戦略の位置づけとその意味・考え方を再確認させる。	(模擬授業の性質上)マーケティングの基礎に重点を置いて説明する。	前回の復習と併せて、マーケティングの基本的な考え方を再認識しようとする。 [帰朝] 関心・意欲 [説明]	(模擬授業の性質上)初めての話を聞いた人でも、大略を理解出来るような導入とする。	8 分
	本時の概要	「4 小売価格政策」を学ぶことを伝える。	(左記の通り)	[帰朝] 関心・意欲 [説明]		
展開	[P128-] 小売価格政策	それぞれの価格政策について、身近な事例と共に説明する。 ※教科書の注釈も極力取り扱う	自動販売機の飲料や具体的な小売店を列挙し、価格やそのイメージを尋ねる。 →価格政策の説明終了後、それぞれを分類する。 板書と説明を並行して行うことにより、時間を有効活用する。 ☆事例提示 イメージが湧きやすいよう、実際の価格表示の例(イラストや写真など)を適宜掲出する。	日頃、目にする価格についての述べ、その価格がどの政策であるかを考えようとする。 [帰朝] 関心・意欲 [説明] ・適宜、板書内容をノートに写す。 ・教科書に目を通す。 [帰朝] 関心・意欲 [説明]	☆対比 卸売価格政策やそれぞれの小売価格政策を対比させることを意識する。 [板書] 文字の大きさなどには細心の注意を払う。後方に見え方の確認を取る。 [板書中] 余った時間は教科書の内容に目を通すよう指示する。 [説明] 板書箇所や持参資料を示しながら説明する。	27 分
		<p style="text-align: center;"><u>需要志向型価格設定</u></p> <p>1) 正札政策 (◎) ↳ 正札政策の発祥(総後進)</p> <p>2) 端数価格政策 (◎) ↳ 心理的効果の応用</p> <p>3) 慣習価格政策 (◎)</p> <p>4) 名声価格政策 (△) ↳ 需要曲線の対比</p> <p>5) 段階(階層)価格政策 (△)</p> <p>6) 見切価格政策 (○)</p> <p>7) 割引価格政策 (○)</p> <p>8) 特別価格(特価)政策 (○)</p> <p>9) 均一価格政策 (◎)</p> <p style="text-align: right;">[◎/○/△:理解度想定]</p> <p>・名声価格政策・段階価格政策の理解 ・割引価格政策・特別価格政策の相違</p> <p>※時間の都合上、9 つの価格政策の中から特に身近なものをピックアップして取り扱う</p>				
整理	まとめ	・本時の内容を簡潔に説明した上で、他の商業科目との関連性にも触れる。 ・買い物に出掛けた際には、今回学んだ価格政策を少し意識するよう促す。	板書箇所を示しながら短時間で簡潔に説明をする。	授業を振り返り、質問などがある人は聞きに来る。価格を特に意識して生活する。 [帰朝] 関心・意欲 [説明]	採用試験における「5 分間授業」のような意識を持って取り組む。	5 分
	次回の予告	次回学ぶ範囲(新製品の価格政策以降)を伝え、一度目を通しておくよう指示する。	(左記の通り)			