

商業

愛媛県立西条農業高等学校

科目名	ビジネス基礎	単位数	2単位
学 科	農業科（食農科学科）	学 年	1年
教科書	ビジネス基礎（実教出版）	副教材	なし

学習目標	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、ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な基礎的な資質・能力を身に付ける。
------	--

評価		
評価の観点	評価規 準	評価方法
知識・技術	ビジネスについて実務に即して体系的・系統的に理解し、ビジネスの様々な場面で役に立つ、ビジネスに関する基礎的な知識と技術を身に付けている。	・定期考査 ・小テスト ・ノート ・課題提出 等
思考・判断・表現	ビジネスをはじめとして様々な知識、技術を活用し、ビジネスに関する課題を発見するとともに、企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ、市場の動向、ビジネスに関する理論、データ、成功事例や改善に要する根拠に基づいて工夫してよりよく解決することについて考えている。	・ノート ・定期考査 ・小テスト ・課題提出 等
主体的に学習に取り組む態度	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自らビジネスについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して、当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、ビジネスの創造と発展に責任を持って取り組もうとしている。	・ノート ・毎時間の取組状況 等

	学 習 項 目	学習内容・学習のねらい
1 学 期	第1章 商業の学習とビジネス	・商業を学ぶ重要性和及び方、ビジネスの概要について学ぶ。 ・商業を学ぶこと及びビジネスの意義と課題について考える。 ・ビジネスにおける信頼関係構築について理解し、関連する技術を学ぶ。
	第2章 ビジネスとコミュニケーション	・ビジネスにおいて他者への対応及び情報を入手して活用し、評価・改善することについて考える。
	第3章 経済と流通の基礎	・経済の仕組みと流通の必要性について学ぶ。 ・経済と流通に関する課題を発見し、その解決方法を考える。
	第4章 さまざまなビジネス	・さまざまなビジネスについて学ぶ。 ・さまざまなビジネスに関する課題を発見し、その解決方法を考える。
2 学 期	第7章 ビジネス計算	・企業の形態と組織、マーケティングの重要性和流れなど企業活動に関する知識を学ぶ。 ・企業活動に関する課題を発見し、その対応策を考える。 ・売買取引、代金決済といった実務における取引について学ぶ。 ・取引に関する課題を発見し、その課題への対応策を考える。
	第5章 企業活動の基礎	
	第6章 ビジネスと売買取引	
	第7章 ビジネス計算	・ビジネス計算に関する技術を身に付ける。
3 学 期	第8章 身近な地域のビジネス	・身近な地域のビジネスについて学ぶ。 ・身近な地域の抱える課題や振興策について考える。

その他	
-----	--

商業

愛媛県立西条農業高等学校

科目名	ビジネス基礎	単位数	3 単位
学 科	農業科（生活デザイン科）	学 年	2 年
教科書	ビジネス基礎（実教出版）	副教材	なし

学習目標	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、ビジネスを通じ、地域産業をはじめ経済社会の健全で持続的な発展を担う職業人として必要な基礎的な資質・能力を身に付ける。
------	--

評価		
評価の観点	評 価 規 準	評価方法
知識・技術	ビジネスについて実務に即して体系的・系統的に理解し、ビジネスの様々な場面で役に立つ、ビジネスに関する基礎的な知識と技術を身に付けている。	・定期考査 ・小テスト ・ノート ・課題提出 等
思考・判断・表現	ビジネスをはじめとして様々な知識、技術を活用し、ビジネスに関する課題を発見するとともに、企業活動が社会に及ぼす影響を踏まえ、市場の動向、ビジネスに関する理論、データ、成功事例や改善に要する根拠に基づいて工夫してよりよく解決することについて考えている。	・ノート ・定期考査 ・小テスト ・課題提出 等
主体的に学習に取り組む態度	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自らビジネスについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して、当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、ビジネスの創造と発展に責任を持って取り組もうとしている。	・ノート ・毎時間の取組状況 等

	学 習 項 目	学習内容・学習のねらい
1 学期	第1章 商業の学習とビジネス	・ 商業を学ぶ重要性和学び方、ビジネスの概要について学ぶ。 ・ 商業を学ぶこと及びビジネスの意義と課題について考える。 ・ ビジネスにおける信頼関係構築について理解し、関連する技術を学ぶ。
	第2章 ビジネスとコミュニケーション	・ ビジネスにおいて他者への対応及び情報を入手して活用し、評価・改善することについて考える。
	第3章 経済と流通の基礎	・ 経済の仕組みと流通の必要性について学ぶ。 ・ 経済と流通に関する課題を発見し、その解決方法を考える。
	第4章 さまざまなビジネス	・ さまざまなビジネスについて学ぶ。 ・ さまざまなビジネスに関する課題を発見し、その解決方法を考える。
2 学期	第7章 ビジネス計算	・ 企業の形態と組織、マーケティングの重要性和流れなど企業活動に関する知識を学ぶ。 ・ 企業活動に関する課題を発見し、その対応策を考える。
	第5章 企業活動の基礎	・ 売買取引、代金決済といった実務における取引について学ぶ。 ・ 取引に関する課題を発見し、その課題への対応策を考える。
	第6章 ビジネスと売買取引	
	第7章 ビジネス計算	・ ビジネス計算に関する技術を身に付ける。
3 学期	第8章 身近な地域のビジネス	・ 身近な地域のビジネスについて学ぶ。 ・ 身近な地域の抱える課題や振興策について考える。

その他	
-----	--

商業

愛媛県立西条農業高等学校

科目名	ビジネスコミュニケーション	単位数	2単位
学 科	農業科（食農科学科）	学 年	2年
教科書	ビジネス・コミュニケーション（実教出版）	副教材	なし

学習目標	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じて、ビジネスにおけるコミュニケーションに必要な資質・能力を育成することを目指す。
------	--

評価		
評価の観点	評 価 規 準	評価方法
知識・技術	実際のビジネスにおけるコミュニケーションと関連付け、ビジネスの様々な場面で役に立つコミュニケーションに関する知識と技術を身に付けている。	・定期考査 ・小テスト ・ノート ・課題提出 等
思考・判断・表現	ビジネスにおけるコミュニケーションに関する課題を発見するとともに、コミュニケーションに関する理論、成功事例や改善を要する事例など科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく解決する力を養っている。	・ノート ・定期考査 ・小テスト ・課題提出 等
主体的に学習に取り組む態度	自らコミュニケーションについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的にビジネスにおいて日本語や外国語を用いてコミュニケーションを図る態度を養っている。	・ノート ・毎時間の取組状況 等

	学 習 項 目	学習内容・学習のねらい
1 学 期	第1章 企業の組織と人間関係	・組織の構造と意思決定の関係を理解する。 ・業務の適切な進行方法やそれを実践する重要性を理解する。 ・業務の効率化に必要なスケジュール管理方法を理解する。
	第2章 応対に関するビジネスマナー	・場面に応じた挨拶やお辞儀を理解し、実践する。 ・敬語やコミュニケーションの言葉など、適切な言葉遣いを理解し、実践する。
	第3章 交際に関するビジネスマナー	・冠婚葬祭の基礎知識、贈答・慶事・弔事などのマナーについて、場所や立場に応じた適切な行動を理解し、実践する。（ロールプレイング）
	第4章 接客に関するビジネスマナー	・効果的な接客に必要な知識や態度について理解し、実践する。
2 学 期	第5章 コミュニケーションの役割と思考方法	・ビジネスコミュニケーションの役割と種類を学習し、その重要性を理解する。
	第6章 ビジネスにおけるコミュニケーション	・ディスカッションの方法や意義を理解し、討論することができる。 ・プレゼンテーションを使い、分かりやすい発表を行うことができる。
	第7章 コミュニケーションとビジネススキル	・会議の目的と種類、基本的な流れや会場設営、議事の進め方や議事録の作成方法などについて理解する。
	第8章 企業活動のグローバル化	・市場の国際化、ビジネスシーンの国際化について理解する。 ・コミュニケーションツールとしての英語について理解する。
3 学 期	第9章 ビジネスの会話	・国内で外国人を接客する際に必要となる英語について実務に即して理解する。また、関連する技術を身に付ける。
	第10章 ビジネス文書と電子メール	・電子メールの構成とマナーについて理解し、ビジネスメール作成のための基本的な技術を身に付ける。
	第11章 ビジネスにおけるプレゼンテーション	・ビジネスにおけるプレゼンテーションの基本構成についてする。また、プロジェクタやレーザーポインタ、オーディオ機器など、プレゼンテーションに必要なツールを利用する技術を身に付ける。

その他	
-----	--

商業

愛媛県立西条農業高等学校

科目名	ビジネスコミュニケーション	単位数	2単位
学 科	農業科（食農科学科）	学 年	2年
教科書	ビジネス・コミュニケーション（実教出版）	副教材	なし

学習目標	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じて、ビジネスにおけるコミュニケーションに必要な資質・能力を育成することを目指す。
------	--

評価		
評価の観点	評 価 規 準	評価方法
知識・技術	実際のビジネスにおけるコミュニケーションと関連付け、ビジネスの様々な場面で役に立つコミュニケーションに関する知識と技術を身に付けている。	・定期考査 ・小テスト ・ノート ・課題提出 等
思考・判断・表現	ビジネスにおけるコミュニケーションに関する課題を発見するとともに、コミュニケーションに関する理論、成功事例や改善を要する事例など科学的な根拠に基づいて工夫してよりよく解決する力を養っている。	・ノート ・定期考査 ・小テスト ・課題提出 等
主体的に学習に取り組む態度	自らコミュニケーションについて学ぶ態度及び組織の一員として自己の役割を認識して当事者としての意識をもち、他者と信頼関係を構築して積極的にビジネスにおいて日本語や外国語を用いてコミュニケーションを図る態度を養っている。	・ノート ・毎時間の取組状況 等

	学 習 項 目	学習内容・学習のねらい
1 学 期	第1章 企業の組織と人間関係	・組織の構造と意思決定の関係を理解する。 ・業務の適切な進行方法やそれを実践する重要性を理解する。 ・業務の効率化に必要なスケジュール管理方法を理解する。
	第2章 応対に関するビジネスマナー	・場面に応じた挨拶やお辞儀を理解し、実践する。
	第3章 交際に関するビジネスマナー	・敬語やコミュニケーションの言葉など、適切な言葉遣いを理解し、実践する。
	第4章 接客に関するビジネスマナー	・冠婚葬祭の基礎知識、贈答・慶事・弔事などのマナーについて、場所や立場に応じた適切な行動を理解し、実践する。（ロールプレイング）
2 学 期	第5章 コミュニケーションの役割と思考方法	・効果的な接客に必要な知識や態度について理解し、実践する。 ・ビジネスコミュニケーションの役割と種類を学習し、その重要性を理解する。
	第6章 ビジネスにおけるコミュニケーション	・ディスカッションの方法や意義を理解し、討論することができる。
	第7章 コミュニケーションとビジネススキル	・プレゼンテーションを使い、分かりやすい発表を行うことができる。
	第8章 企業活動のグローバル化	・会議の目的と種類、基本的な流れや会場設営、議事の進め方や議事録の作成方法などについて理解する。 ・市場の国際化、ビジネスシーンの国際化について理解する。
3 学 期	第9章 ビジネスの会話	・コミュニケーションツールとしての英語について理解する。
	第10章 ビジネス文書と電子メール	・国内で外国人を接客する際に必要となる英語について実務に即して理解する。また、関連する技術を身に付ける。 ・電子メールの構成とマナーについて理解し、ビジネスメール作成のための基本的な技術を身に付ける。
	第11章 ビジネスにおけるプレゼンテーション	・ビジネスにおけるプレゼンテーションの基本構成についてする。また、プロジェクタやレーザーポインタ、オーディオ機器など、プレゼンテーションに必要なツールを利用する技術を身に付ける。

その他	
-----	--

<様式1>

商業

愛媛県立西条農業高等学校

科目名	マーケティング	単位数	3単位
学 科	農業科（食農科学科）	学 年	3年
教科書	マーケティング	副教材	なし

学習目標	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、知識・技術を習得する。 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身に付ける。 3 ビジネスを適切に展開する力を身に付け、マーケティングに主体的かつ協働的に取り組む。
------	---

評価		
評価の観点	評 価 規 準	評価方法
知識・技術	企業において考えられる事例と実際のマーケティングとを関連付けてビジネスの場面で役立つマーケティングに関する知識と技術を身に付けている。	・定期考査 ・小テスト ・ノート ・課題提出
思考・判断・表現	知識、技術を活用し課題を見つけ、企業活動の社会的影響を踏まえた上で、顧客の理解、市場動向、成功事例や改善事例などを科学的根拠により解決することについて考察できる。	・定期考査 ・小テスト ・ノート ・課題提出
主体的に学習に取り組む態度	ビジネスを展開する力を向上させるために、自ら学ぶ姿勢を持ち、自己の役割を認識して他社との信頼関係を構築し、市場調査やSTPを意欲的に取り組もうとしている。	・ノート ・毎時間の取組状況

	学 習 項 目	学習内容・学習のねらい
1 学 期	第1章 マーケティングの概要	・マーケティングの意味と歴史、環境の分析、実行手順について理解する。 ・消費者の製品やサービスの購買意思決定過程を学び、それらに影響を与える要因を理解する。 ・市場調査の意義と手段について学び、実態調査の種類についても学ぶ。 ・市場を細分化し、マーケティングの対象である消費者を選択し、製品やサービスのイメージを整理する。 ・製品の捉え方について理解し、どのような製品を開発し、生産する計画を立てるか、一連の手順を理解する。
	第2章 消費者行動の理解	
	第3章 市場調査	
	第4章 STP	
	第5章 製品政策	
2 学 期	第6章 価格政策	・製品やサービスの価格設定に関する活動について学び、価格が企業の売上や利益に直結するものであることを理解する。 ・企業が消費者に製品を購入してもらうための販売経路について理解する。 ・消費者の購買行動を促進する様々なプロモーションの種類と特徴について理解する。
	第7章 チャネル政策	
	第8章 プロモーション政策	
3 学 期	第9章 マーケティングのひろがり	・これまでのマーケティングの考え方を深め、様々な分野の応用やひろがりについて理解する。

その他	
-----	--