|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 分野名 | マーケティング分野（マーケティング） | |
| 教科書 | マーケティング（実教出版） | |
| 単元 | 章 | ７章　チャネル政策 |
| ８章　プロモーション政策 |
| 教材  タイトル | チャネルの選択と新製品の宣伝をしよう | |
| 教材からの学び | １　電子商取引に関する資料を分析し、電子商取引市場について理解できる。  ２　資料を分析し、新製品のチャネルの選択について考えることができる。  ３　新製品のＳＷＯＴ分析を行うことで、内部環境と外部環境について理解できる。  ４　ターゲットにリーチする広告を考えることができる。 | |
| 時間数 | ２時間（グループワーク） | |
| 授業の  進め方 | 〈チャネル政策、プロモーション政策〉  １　電子商取引に関する市場調査のグラフを分析し、電子商取引市場について分析する。参考資料だけで不十分な場合は、「経済産業省の電子商取引に関する市場調査」のから必要な情報を収集する。新製品を実店舗で販売するのか、無店舗で販売するのかを決定する（20分）。  ２　ＳＷＯＴ分析を行い、新製品の環境について理解する。その後、広告目標とターゲットの確認を行う。目標設定数値に関しては、前時のワークシートの基本データを参考にフェルミ推定する（30分）。  ３　何をどのように表現するのかに重点を置き、広告を作成する（50分）。 | |

「プロモーション戦略」　授業計画

■本単元の位置付け

　第７章　チャネル政策

　第８章　プロモーション政策

■本単元の目標

　１時間目（グループワーク）

経済産業省「電子商取引に関する市場調査」より、電子商取引の市場について理解する。

市場分析の結果に基づき、新製品の販売チャネルについて考察できる。

ＳＷＯＴ分析を行い内部環境と外部環境について理解し、新製品の環境についえ考察できる。

考察結果より、広告目標の設定とターゲットの確認、メディアの選択について考察できる。

２時間目（グループワーク）

　　前時授業より、広告を作成できる。

■評価の規準

【Ａ】知識・技術

・グラフデータより電子商取引市場について理解し、市場分析する力を身に付けている。

　・ＳＷＯＴ分析を行い、内部環境と外部環境について理解している。

　・広告作成においてメディアの種類について理解している。

　・タブレット端末を使用して、広告作成をする技術を身に付けている。

【Ｂ】思考・判断・表現

　・市場分析結果に基づき、自らの意見をもち他者に伝えることができる。

　・ＳＷＯＴ分析から新製品の環境について考察している。

　・ターゲットにリーチするための、広告を考察している。

【Ｃ】主体的に学習に取り組む態度

　・グループワークを積極的に取り組もうとしている。

・課題解決に向けて粘り強く学習に取り組もうとしている。

■留意事項

グループワークにおいて役割分担を決め、全員で課題に取り組めるよう留意する。

【チャネル政策とプロモーション戦略】

テーマ：「チャネルの選択と新製品の宣伝をしよう」

１　新製品をどこで販売するのか考えてみよう。（チャネルの選択）

〈参考資料〉（[令和5年度電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました （METI/経済産業省）](https://www.meti.go.jp/press/2024/09/20240925001/20240925001.html)）グラフ, 棒グラフ

自動的に生成された説明

経済産業省「令和５年度電子商取引に関する市場調査」

テーブル

自動的に生成された説明

経済産業省「令和５年度電子商取引に関する市場調査」

メモ（自分の意見とグループの意見をまとめよう）

２　新製品の宣伝をしよう。

ＳＷＯＴ分析で新製品の環境を整理とメディアの選択

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | プラスの要因 | マイナスの要因 |
| 内部環境 | 強み | 弱み |
| 外部環境 | 機会 | 脅威 |

広告で達成したい目標を設定

例：ＳＮＳのフォロワー数2,000人確保。10代後半～40代の利用者を増やす　など

ターゲットの確認（What　to　say）

　例：10代後半（高校卒業後）～40代（保護者世代）の女性　など

宣伝するメディアに○をつける（複数可）

１　テレビ　　２　ラジオ　　３　新聞　　４　雑誌　　５　インターネット

魅力をどのように表現するのか（How to say）

**メモ**例：インスタグラムでの宣伝、キャッチコピーを考え、バズらせる　など

実際に広告を作成してみよう

メモ

　　　年　　　組　　　　番　氏名

これより教師用参考資料

【チャネル政策とプロモーション戦略】

テーマ：「チャネルの選択と新製品の宣伝をしよう」

１　新製品をどこで販売するのか考えてみよう。（チャネルの選択）

〈参考資料〉（[令和5年度電子商取引に関する市場調査の結果を取りまとめました （METI/経済産業省）](https://www.meti.go.jp/press/2024/09/20240925001/20240925001.html)）グラフ, 棒グラフ

自動的に生成された説明

経済産業省「令和５年度電子商取引に関する市場調査」

テーブル

自動的に生成された説明

経済産業省「令和５年度電子商取引に関する市場調査」

メモ（自分の意見とグループの意見をまとめよう）

*インターネット販売の推移は上がっているが、ＥＣ化率をみると実店舗の販売のほうがよい*

*サービス系分野は22%増加しているため、今後も伸びると予想してＥＣ販売にする*

*実店舗と無店舗の二刀流で販売したほうがよい*

*など*

２　新製品の宣伝をしよう。

ＳＷＯＴ分析で新製品の環境を整理とメディアの選択

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
|  | プラスの要因 | マイナスの要因 |
| 内部環境 | 強み | 弱み |
| 外部環境 | 機会 | 脅威 |

広告で達成したい目標を設定

*ＳＮＳのフォロワー数2,000人確保*

*親子での使用を目的とするため、10代後半～40代の利用者を増やす*

*ＳＮＳの口コミ拡散*

ターゲットの確認（What　to　say）

*10代後半（高校卒業後）～40代（保護者世代）の女性*

宣伝するメディアに○をつける（複数可）

１　テレビ　　２　ラジオ　　３　新聞　　４　雑誌　　５　インターネット

魅力をどのように表現するのか（How to say）

*インスタグラムでの宣伝*

*キャッチコピーを考え、バズらせる*

実際に広告を作成してみよう

　　　　年　　　組　　　番　氏名