



# マーケティング 新訂版

改訂教科書のご案内

立正大学准教授 畠山 仁友

## 1. 教科書の特長

『マーケティング』の教科書は、「大学の商・経営学部で学ぶマーケティング」に近づいた構成になりました。マーケティング環境の分析であるSTPと、製品・価格・流通・プロモーションの4P政策を中心とした内容になっています。本書では、先生方が授業計画を立てやすいよう、單元ごとに学習の位置づけが一目でわかる図を配置しました。今回の新訂版では、主に事例やコラムを近年の動向にあわせ、新しくする改訂を行いました。

### ①豊富な事例

マーケティングは、私たちが普段行っている「買い物」に関わりが深い学問です。高校生に説明するときには、「どうしたらヒット商品をつくれるのか」を考える学問だと言うこともあります。生徒自身が買い物を思い出して、「なぜこの商品を買ったのか」、「なぜこの商品は人気なのか」を分析できるようになることが、この教科書の目標だと言えます。そこで、マーケティングの理論や概念が、実際の買い物の場面でどのように使われているのかを「事例」や「写真」を見てもらうことで身近に考えられるようにしています。先生には、「みんなが買い物をするとき、どのようにマーケティングの知識が使われているのか、コンビニやスーパーで考えてごらん」と生徒に問いかけてもらえればと思います。

### ②インタビュー動画

事例を深く学べるように、インタビュー動画を掲載しています。二次元コードを使って簡単にアクセスできますので、活用いただければと思います。副教材の『事例探究ワークブック』シリーズには教科書より多くの動画が掲載されていますので、あわせて活用いただくと、より深い学びが実践できると考

えています。

### ③主体的・対話的で深い学びへの対応

グループワークや能動的学習を促進するために、すべての事例やコラムに「+Study」を設けています。授業でそのまま発問例としてお使いいただけますし、観点別評価への対応も意図しました。「調べる」という軽めの課題から、「話し合おう」という深い学びまで、自由に選んで使っていただけます。

## 2. 工夫したこと

### ①事例の新規性と普遍性

事例は高校生に身近なものかつ、新しいものを選びました。マーケティングは流行とともに移り変わりやすいため、毎回事例選びには苦労します。新しいながらも、教科書が使われる期間、取り上げられる普遍性も意識して事例を取り上げました。

### ②専門用語をわかりやすく説明

マーケティングの用語は、カタカナ（英語）が多くて教えるのも大変です。生徒も、カタカナはキャッチーなため暗記しやすくても、定義や内容を覚えるのは大変に違いありません。そこで、専門用語については、できるだけ「冒頭で」「平易な文章で」「短く」定義を説明することを心がけました。

## 3. メッセージ

「先生が教えやすく、生徒が教わりやすい」、マーケティングを身近に感じて、楽しんで勉強してもらええる教科書を目指しました。事例を豊富に掲載していますので、マーケティングが、生徒が毎日のように行っている「買い物」に関わっていることを感じつつ、「人気商品になる秘訣」を興味・関心を持って能動的に学んで欲しいと思っています。生徒にも先生にも「マーケティングは楽しい・面白い」と感じてもらえれば著者一同うれしく思います。