

## 令和6年度 通信教育実施計画 【ビジネス基礎】

ビジネス基礎	学年	1	単位数	4単位	課題	12枚	面接	8時間	使用教科書・副教材等	実教出版「ビジネス基礎」 実教 商業 701
--------	----	---	-----	-----	----	-----	----	-----	------------	------------------------

### 1 教科の目標

スクールミッション・スクールポリシーの達成に向けて、下記の目標を目指していきます。

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持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

- (1) 商業の各分野について体系的・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) ビジネスに関する課題を発見し、職業人に求められる倫理観を踏まえ合理的かつ創造的に解決する力を養う。
- (3) 職業人として必要な豊かな人間性を育み、よりよい社会の構築を目指して自ら学び、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

### 2 評価の方法

#### (1) 評価の観点

知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
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。	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。	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もって取り組もうとしている。

#### (2) 評価の方法

- ア 年12回の添削課題（レポート）で、観点別の力を測定する添削問題を作成し、それぞれの出題範囲における習得の状況进行评估します。
- イ 年8時間の面接指導での課題や参加の状況などを活用して、習得の状況进行评估します。
- ウ 年2回の定期考査で、観点別の力を測定するテストを作成し、それぞれの出題範囲における習得の状況进行评估します。

#### (3) 評定について

評定は、上記の方法で得られた評価ア～ウの情報を総合的に判断して行います。

### 3 年間指導計画

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
単元名	1商業の学習とビジネス	2ビジネスとコミュニケーション	3経済と流通の基礎	4さまざまなビジネス		5企業活動の基礎
学習項目	いざ、ビジネスの世界へ 私たちの社会とビジネス	コミュニケーション ビジネスマナー	経済の仕組みとビジネス 経済活動と流通 など	ビジネスの種類 小売業 卸売業	前期単位認定試験	ビジネスと企業 マーケティングの重要性 資金調達
学習内容	ビジネスの世界で活躍 ビジネスに必要な心構え 楽しく学ぶ	コミュニケーションの役割 話し方と聞き方 ビジネスマナーの重要性	経済の主体とその活動 生産要素と希少性 流通の必要性 流通の役割	ものとサービス 製造業 小売業のビジネス 卸売業のビジネス		企業とは 経営組織の種類と運営 経営戦略 マーケティングとは など
添削課題		添削課題 1回目 添削課題 2回目	添削課題 3回目 添削課題 4回目	添削課題 5回目		添削課題 6回目 添削課題 7回目
面接指導			面接指導 4時間			

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
単元名		6ビジネスと売買取引	7ビジネス計算	8身近な地域のビジネス		
学習項目	財務諸表の役割 企業活動と税 雇用	売買取引の手順 代金決済	ビジネス計算の基礎 ビジネス計算の応用	様々な地域の魅力と課題 地域ビジネスの動向	後期単位認定試験	1年間の復習
学習内容	財務諸表とは 利害調整 税の役割と種類 など	売買契約とは 売買契約条件の取り決め 現金通貨による決済 小切手による決済	割合 商品の数量と代価 度量衡の換算 外国為替の換算 など	地域の現状 地域活性化の動き 地域密着型ビジネス 地域の伝統産業		
添削課題	添削課題 8回目	添削課題 9回目 添削課題 10回目	添削課題 11回目	添削課題 12回目		
面接指導	面接指導 4時間					

## 令和6年度 通信教育実施計画 【マーケティング】

マーケティング	学年	2 学年	単位数	4 単位	課題	12 枚	面接	8 時間	使用教科書・副教材等	実教出版「マーケティング」 実教 商業 718
---------	----	------	-----	------	----	------	----	------	------------	-------------------------

### 1 教科の目標

スクールミッション・スクールポリシーの達成に向けて、下記の目標を目指していきます。

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持続的な発展を担う職業人として必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

- (1) 商業の各分野について体系的・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) ビジネスに関する課題を発見し、職業人に求められる倫理観を踏まえ合理的かつ創造的に解決する力を養う。
- (3) 職業人として必要な豊かな人間性を育み、よりよい社会の構築を目指して自ら学び、ビジネスの創造と発展に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

### 2 評価の方法

#### (1) 評価の観点

知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
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ことができたか。	マーケティングに関する課題を発見し、ビジネスに携わるもの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ことができたか。	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ことができたか。

#### (2) 評価の方法

- ア 年12回の添削課題（レポート）で、観点別の力を測定する添削問題を作成し、それぞれの出題範囲における習得の状況进行评估します。
- イ 年8時間の面接指導での課題や参加の状況などを活用して、習得の状況进行评估します。
- ウ 年2回の定期考査で、観点別の力を測定するテストを作成し、それぞれの出題範囲における習得の状況进行评估します。

#### (3) 評定について

評定は、上記の方法で得られた評価ア～ウの情報を総合的に判断して行います。

### 3 年間指導計画

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
単元名	1章 マーケティングの概要	1章 マーケティングの概要 2章 消費者行動の理解	3章 市場調査 4章 S T P	5章 製品制作		5章 製品制作
学習項目	マーケティングの歴史と発展 現代の市場とマーケティング	・マーケティング環境の分析 ・マーケティング・マネジメントのプロセス ・消費者の心理と行動の関係	・市場調査の概要 ・調査対象の選定 ・セグメンテーション ・ターゲティング ・ポジショニング	・製品制作の概要 ・新製品開発	前期単位認定試験	・販売計画と生産計画 ・製品制作の動向
学習内容	マーケティングとは マーケティング・コンセプト ビッグデータの活用 A I の進化	SWOT分析、内部環分析、 外部環境分析、S T P 購買意思決定 マズローの欲求階層説	市場調査とは 全数調査、標本調査 定量調査 人口統計的変数、心理的変数	消費者ニーズ 便益、便益の束 マーケティング・マイオピア 新製品開発の方針 新製品開発のプロセス		損益分岐点 移動平均法、指数平滑法 ブランディング ブランド・ロイヤリティ オープンイノベーション
添削課題	添削課題 1 回目	添削課題 2, 3 回目	添削課題 4, 5 回目	添削課題 6 回目		添削課題 7 回目
面接指導			面接指導 4 時間			

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
単元名	6章 価格政策 7章 チャネル政策	8章 プロモーション政策 9章 マーケティングのひろがり		9章 マーケティングのひろがり		
学習項目	・価格政策の概要 ・価格の設定方法 ・チャネル政策の概要 ・チャネル政策の動向	・プロモーション政策の概要 ・販売員活動 ・様々なマーケティング戦略	後期の内容の復習	・観光地マーケティング ・グローバル・マーケティング ・ソーシャル・マーケティング	後期単位認定試験	1年間の復習
学習内容	価格種類、コスト・プラス法、 実勢価格、参照価格 価格設定の新展開 チャネル政策とは I C T の進展 製販連携の進展	A I D M A、A I S A S 広告、広報 メディア変化による新展開 製品ライフサイクル別戦略 市場地位別の戦略 サービス・マーケティング		観光目的地、ステークホルダー、 DMO、インバウンド消費 スタンダイゼーション ローカライゼーション C S R、S D G s		
添削課題	添削課題 8, 9 回目	添削課題 10, 11 回目		添削課題 12 回目		
面接指導		面接時間 4 時間				

## 令和6年度 通信教育実施計画 【簿記】

簿記	学年	3 学年	単位数	3 単位	課題	9 枚	面接	6 時間	使用教科書・副教材等	実教出版「新簿記」 実教 商業 709
----	----	------	-----	------	----	-----	----	------	------------	---------------------

### 1 学習の到達目標

スクールミッション・スクールポリシーの達成に直結する科目として、下記の目標を目指していきます。

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、取引の記録と財務諸表の作成に必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

### 2 評価の方法

#### (1) 評価の観点

知識・技能	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
簿記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。	取引の記録と財務諸表の作成の方法の妥当性と課題を見だし、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課題に対応する力を養う。	企業会計に関する法規と基準を適切に適用する力の向上を目指して自ら学び、適正な取引の記録と財務諸表の作成に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

#### (2) 評価の方法

ア 年9回の添削課題（レポート）で、観点別の力を測定する添削問題を作成し、それぞれの出題範囲における習得の状況を評価します。

イ 年6時間の面接指導での課題や参加の状況などを活用して、習得の状況を評価します。

ウ 年2回の定期考査で、観点別の力を測定するテストを作成し、それぞれの出題範囲における習得の状況を評価します。

#### (3) 評定について

評定は、上記の方法で得られた評価ア～ウの情報を総合的に判断して行います。

### 3 年間指導計画

	4月	5月	6月	7月	8月	9月
単元名	第1編 簿記の基礎	第1編 簿記の基礎	第1編 簿記の基礎 第2編 取引の記帳(その1)	第2編 取引の記帳(その1)		第3編 決算(その1)
学習項目	第1章 簿記の基礎 第2章 資産・負債・純資産と貸借対照表 第3章 収益・費用と損益計算書	第4章 取引と勘定 第5章 仕訳と転記 第6章 仕訳帳と総勘定元帳	第7章 試算表 第8章 精算表 第9章 決算 第10章 現金・預金などの取引 第11章 商品売買の取引 第12章 掛け取引 第13章 手形の取引	第14章 その他の債権・債務の取引 第15章 固定資産の取引 第16章 個人企業の資本の取引 第17章 販売費と一般管理費、税金の取引	前期単位認定試験	第18章 決算整理(その1) 第19章 8桁精算表 第20章 帳簿決算
学習内容	簿記とは、簿記の目的 資産・負債・純資産 貸借対照表、損益計算書	取引と勘定 仕訳と転記 取引の記帳	試算表の作成方法、精算表の作成方法、決算の一連の手続き、分記法、売掛金、買掛金、約束手形	貸付金と借入金、手形貸付金と手形借入金、固定資産の取得・売却、固定資産台帳、所得税と住民税、消費税		貸し倒れ、定額法による減価償却、8桁精算表の作成の手順、帳簿決算、財務諸表の作成
添削課題	添削課題 1回目	添削課題 2回目	添削課題 3、4回目	添削課題 5回目		添削課題 6回目
面接指導			2時間	1時間		

	10月	11月	12月	1月	2月	3月
単元名	第4編 会計帳簿と帳簿組織	第5編 取引の記帳(その2)	第5編 取引の記帳(その2) 第6編 決算(その2) 発展編 株式会社の取引			
学習項目	第21章 会計帳簿 第22章 伝票の利用 第23章 会計ソフトウェアの活用	第24章 特殊な手形の取引 第25章 有価証券の取引 第26章 本支店会計	第27章 最近の実務に広がる取引 第28章 決算整理(その2) 第29章 株式会社の取引と財務諸表	後期単位認定試験	1年間の復習	1年間の復習
学習内容	会計帳簿の役割と種類、分課制度と帳簿組織、証ひょうと伝票、3伝票制、取引データの入力と財務諸表の作成、会計ソフトウェアによる伝票の起票・決算	手形の裏書譲渡、手形の不渡り、営業外受取手形・営業外支払手形、有価証券の取得と売却、支店会計の独立、本支店間の取引、本支店の財務諸表の合併、支店相互間の取引の記帳	クレジット売掛金、電子記録債権・債務、費用・収益の繰り延べと見越し、有価証券の評価、定率法による減価償却、損益計算書と貸借対照表の作成、株式会社について			
添削課題	添削課題 7回目	添削課題 8回目	添削課題 9回目			
面接指導	2時間	1時間				