

2024年度

学 習 指 導 計 画 表

長尾谷高等学校

〔科目名： ビジネス基礎 a 〕 〔単位数： 2単位〕 〔使用教科書： ビジネス基礎 〕 〔使用副読本： 指導者作成教材 〕

学 期	授業回	項 目	教 科 書		副読本
			内 容	ペー ジ	ペー ジ
前	1	1章 商業の学習とビジネス	1 いざ、ビジネスの世界へ 2 私たちの社会とビジネス	p.7~p.34	
	2	2章 ビジネスとコミュニケーション	1 コミュニケーション	p.35~p.51	
			2 ビジネスマナー		
	3	2章 ビジネスとコミュニケーション	3 情報の入手と	p.52~p.56	
	4	3章 経済と流通の基礎	1 経済の仕組み	p.57~p.64	
	5	3章 経済と流通の基礎	2 経済活動と流通	p.65~p.76	
6	4章 さまざまなビジネス	1 ビジネスの種類	p.77~p.84		
期	7	4章 さまざまなビジネス	2 小売業	p.85~.98	
			3 卸売業		
	8	4章 さまざまなビジネス	4 物流業	p.99~p.102	
	9	4章 さまざまなビジネス	5 金融業	p.103~p.112	
			6 情報通信業		
10	1章・2章	確認問題			
11	3章・4章	確認問題			
12	4章	確認問題			

レポ ー ト			
前/後	回	課 題 内 容	締切日
前 半	1	1章 商業の学習とビジネス	5/9
		2章 ビジネスとコミュニケーション	
	2	2章 ビジネスとコミュニケーション	
		3章 経済と流通の基礎	
後 半	3	3章 経済と流通の基礎	
		4章 さまざまなビジネス	
	4	4章 さまざまなビジネス	
		1章~4章 確認問題	

2024年度

学習指導計画表

長尾谷高等学校

〔科目名：情報処理〕

〔単位数：2単位〕〔使用教科書：情報処理〕

〔使用副読本：指導者作成教材〕

学期	授業回	項目	教科書		副読本
			内容	ページ	ページ
前	1	第1章 企業活動と情報処理	1節 情報処理の重要性	p.7~p.19	
	2	第1章 企業活動と情報処理	2節 情報モラルと法規	p.20~p.29	
	3	第1章 企業活動と情報処理	3節 コミュニケーションと情報デザイン	p.30~p.39	
	4	第2章 コンピュータシステムと情報通信ネットワーク	1節 コンピュータシステムの概要	p.40~p.71	
	5		2節 情報通信ネットワークのしくみと構成		
	6	第2章 コンピュータシステムと情報通信ネットワーク	3節 インターネットの活用 4節 情報セキュリティの確保	p.72~p.91	
期	7	第3章 情報の集計と分析	1節 ビジネスと統計	p.92~p.143	
	8		2節 関数を利用した表の作成		
	9	第3章 情報の集計と分析	3節 グラフの作成 4節 情報の整列・ 検索・抽出 5節 問題の発見と解決方	p.144~p.177	
	10	第4章 ビジネス文書の作成	1節 ビジネス文書と表現	p.178~p.183	
	11		2節 基本文書の作成	p.184~p.237	
	12	第4章 ビジネス文書の作成	3節 応用文書の作成		
	10	第5章 プレゼンテーション	1節 プレゼンテーションの技法	p.238~p.259	
	11		2節 ビジネスにおけるプレゼンテーション		
	12				

レポート				
前/後	回	課題内容	締切日	
前 半	1	第1章 企業活動と情報処理からの総合問題	5/9	
	2	第2章 コンピュータシステムと情報通信ネットワークからの総合問題		
後 半	3	第3章 情報の集計と分析		6/6
	4	第4章 ビジネス文書の作成からの総合問題 第5章 プレゼンテーションからの総合問題		

2024年度

学 習 指 導 計 画 表

長尾谷高等学校

〔科目名： マーケティングa 〕 〔単位数：2単位〕 〔使用教科書：マーケティング 〕 〔使用副読本：指導者作成教材 〕

学 期	授業回	項 目	教 科 書		副読本
			内 容	ページ	ページ
前 期	1	第1章 現代市場とマーケティング	第1節 総論	p.1~p.9	
			第2節 マーケティングの歴史と発展		
	2	第1章 現代市場とマーケティング	第3節 マーケティングの理念	p.10~p.13	
	3	第1章 現代市場とマーケティング	第4節 市場環境の変化とマーケティング	p.14~p.27	
	4	第1章 現代市場とマーケティング	第5節 マーケティングのプロセス	p.28~p.48	
	5	第2章 消費者行動	第1節 消費者行動	p.49~p.57	
	6	第2章 消費者行動	第2節 消費者関与	p.58~p.65.	
			第3節 購買意思決定プロセス		
7	第2章 消費者行動	第4節 製品の普及過程	p.66~p.72		
		第5節 購入後の満足とロイヤリティの形成			
8	第3章 市場調査	第1節 市場調査の目的と方法	p.73~p.85		
9	第3章 市場調査	第1節 市場調査の目的と方法	p.73~p.85		
10	第3章 市場調査	第2節 情報の分析	p.86~p.94		
11	第1章 現代市場とマーケティング	巻末問題			
12	第2章 消費者行動	巻末問題			
	第3章 市場調査				

レポ ー ト				
前/後	回	課 題 内 容	締切日	
前 半	1	第1章 現代市場とマーケティングからの総合問題	5/9	
	2	第1章 現代市場とマーケティングからの総合問題		
後 半	3	第2章 消費者行動からの総合問題	6/6	
	4	第3章 市場調査からの総合問題		