令和７年度　授業計画

ビジネス科　２年Ｃ組

教　　科	商　　業	科目(単位)	商品開発と流通（２単位）
使用教科書	商品開発と流通（実教出版）		
授 業 形 態	通常授業　・　分割授業　・（ＴＴ）		

※分割授業とは、クラスを少人数クラスに分割して授業を行うことを意味します。
※ＴＴ（チームティーティング）とは、複数の教師がチームを組んで指導にあたることを意味します。

１　科目の目標

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、商品開発と流通に必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。
（１）商品開発と流通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。
（２）商品開発と流通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養う。
（３）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、商品開発と流通に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。

２　科目の内容と授業の進め方

・教科書を中心に、内容を確認しながら授業を行います。
・商品開発の意義や役割、流通の仕組みについて学習し、マーケティング関係の専門用語の内容を理解することを中心として行います。単元ごとに学習した内容に関するレポートを提出します。また、年間を通じて全商商業経済検定（商品開発と流通）の内容に関連した項目についても学習します。

３　学習の方法

・講義形式と実践形式とを併せて行います。教科書に書いてあることを理解するだけでなく、時事問題にも興味を持って読むようにしてください。
・マーケティングを学習する上で大切なことは、商品の仕入れから販売など、流通の仕組みについて興味・関心を持ち、日常生活の中から意欲的に取り組み、授業に還元する態度が必要です。

４　課題・補習について

・考査ごとに、ノートを点検します。
・定期考査後、理解が低い場合は、追試などの補習を行います。
・テーマに沿ったレポート提出をします。

５　この授業で取得可能な資格（検定試験）

・全商商業経済検定　２級　商品開発と流通

６　観点別学習状況の評価のポイント

知識・技能（技術）	思考・判断・表現	主体的に学習に取り組む態度
実務と関連付けて、ビジネスのさまざまな場面で役に立つ商品開発と流通の用語を学習し、ビジネス活動において活用できる知識と技術を身に付けている。	商品開発をはじめとしたさまざまな知識、技術などを活用して、企業活動における流通の活用に関する課題を発見しようとしている。また、商品開発が企業活動に及ぼす影響を踏まえ、流通に関する技術などによってこれらの課題を解決するための最適な解を導き出し、よりよく解決しようとしている。	企業活動を改善する力の向上を目指して自ら商品開発と流通の活用について学ぶ態度を身に付けている。また、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、他者と積極的に関わりながら、企業活動における商品開発と流通の活用に責任をもって取り組む態度を身に付けている。

ビジネス科　２年Ｃ組

教　　科	商　　業	科目(単位)	商品開発と流通（２単位）

７　年間の学習計画

月	単　元　名	学　習　の　内　容	評価方法 （課題等）
4	１章商品開発と流通の概要 1 私たちの生活と商品 2 商品開発の意義と手順 3 商品と流通との関わり	・商品の成り立ちおよびその捉え方について理解する。 ・商品開発の意義、新商品の捉え方、商品ライフサイクルについて理解する。 ・商品開発の手順について理解し、学習の見通しをたてる。 ・流通の仕組みについて、事例を調査して考察する。 ・市場環境とマーケティングの変化、流通チャネルの多様化について理解する。	行動観察 レポート
5 ・ 6	２章商品の企画 1 環境分析と意思決定の準備 2 市場調査 3 商品コンセプトの策定 4 商品企画の提案	・商品の企画に必要な環境分析について、企業における事例と関連付けて理解する。 ・商品開発の方針を策定し、標的市場を整理して開発する商品テーマを決定することを理解する。 ・環境分析に基づいて、市場調査を行い、そこから商品の企画に関する課題を発見する。 ・商品コンセプトの内容について理解するとともに、ブレーンストーミングなどの技法を用いて、商品企画につながるアイディアを考える活動を行う。 ・商品コンセプトを考察し、具体的に商品企画書の各項目をまとめる。 ・商品企画書を基にプレゼンテーションを行い、評価、改善を行う。	行動観察 ノート点検 **前期中間考査**
7 ・ 8	３章事業計画の立案 1 事業計画の概要 2 価格計画 3 流通計画 4 プロモーション計画 5 事業計画書の作成	・商品開発と流通における事業計画について、その目的や手順について理解する。 ・競争環境や需要予測等に基づいた、価格設定の考え方を理解する。 ・さまざまな価格政策について、企業における事例と関連付けて考察する。 ・流通チャネルの種類と特徴について理解する。 ・プロモーション計画について、企業における事例と関連付けて理解する。 ・事業の展開に必要な項目をまとめ、事業計画書を作成する。	行動観察 レポート 確認テスト
9 ・ 10	４章商品の開発 1 商品仕様と詳細設計 2 プロトタイプ 3 商品とデザイン 4 ブランド 5 知的財産権の登録	・商品仕様と詳細設計について、企業における事例と関連付けて理解する。 ・プロトタイプの種類と目的について理解する。 ・プロトタイプを用いたテスト及び評価により、課題を明らかにすることを理解する。 ・商品デザインの役割や要素、種類等について理解する。 ・商品デザインの技法について、具体的な事例と関連付けて分析する。 ・ブランドについて、機能、構成要素等を理解する。 ・知的財産権の内容、重要性について理解する。 ・偽ブランドや偽キャラクター商品等の知的財産権の侵害について、具体的な事例と関連付けて分析、考察する。	行動観察 ノート点検 **前期末考査**
11	５章商品の販売 1 販売員活動 2 セールスプロモーション	・販売員活動について、プロセス、役割等を理解する。 ・セールスプロモーションについて理解し、企業における具体的な事例と関連付けて分類する。	行動観察 レポート **後期中間考査**
12 ・ 1 ・ 2 ・ 3	６章商品と流通に関わる新たな展開 1 商品開発の新たな展開 2 流通の新たな展開 3 感覚を活かした商品開発・流通	・顧客ニーズの多様化から、デザイン思考について企業における具体的な事例と関連付けて理解する。 ・流通の新たな展開として情報システムの変化が流通に影響を及ぼしていることを理解する。 ・感覚を活かしたプロモーション活動等を、企業における事例と関連付けて考察する。 **全商商業経済検定２級　商品開発と流通**	行動観察 レポート **学年末考査**