

経営管理科 2年C組

教科	商業	科目(単位)	商品開発 (2単位)
使用教科書	商品開発 (実教出版)		
授業形態	通常授業・分割授業・T T		

※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。

※T T (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

商品開発に関する知識と技術を習得させ、顧客満足を実現しようとすることの重要性について理解させるとともに、商品を企画・開発し、流通活動を行う能力と態度を育てる。

2 科目の内容と授業の進め方

- ・教科書を中心として、内容を確認し、考察しながら授業を行います。
- ・消費者の視点に立った商品開発の流れについて体験的に理解していき、顧客満足の実現を目指した商品を企画・開発し、提案するまでを学習します。
- ・教科書を使って学習した内容を活かし、日商リテールマーケティング検定3級受験に向けた学習も行います。
- ・今年のトレンドなど流行している商品に関する身近な話題についても学習します。
- ・外部との連携授業を実施することもあります。

3 学習の方法

- ・新聞記事やニュースなどを積極的に読み、現在市場で行われている商品やサービスなどを知り、そこから商品開発や販売促進に対する考え方を学んでください。
- ・教科書に書いてあることを暗記するのではなく、市場で行われていることに対する各企業の考え方を理解しようとしてください。
- ・外部との連携授業では、さまざまな立場の人から話を聞きます。自分の販売活動にどのように活かしていくのか、考えながら授業を受けてください。

4 課題・補習について

- ・授業中または長期休業中の課題 (レポート) があり、提出も評価に含まれます。
- ・考查ごとにノートを点検します。
- ・定期考查後、理解が低い場合は、追試などの補習を行います。

5 この授業で取得可能な資格 (検定試験)

- ・日商リテールマーケティング検定 3級
- ・全商商業経済検定 2級 (マーケティング)

経営管理科 2年C組

教 科	商 業	科目(単位)	商品開発 (2単位)
-----	-----	--------	------------

6 年間の学習計画

月	単 元 名	学 習 の 内 容	評価方法 (課題等)
4	第1章 商品と商品開発 第1節 商品の多様化 1. 商品の成り立ちと範囲 2. 技術革新と商品 3. 経済の国際化と商品 4. 消費生活の変化と商品 5. 地球環境の保全と商品	<ul style="list-style-type: none"> 商品の成り立ちおよび多様な商品提供の現状について理解する。 技術革新、経済の国際化、消費生活の変化、地球環境の保全などによる多様な商品提供の現状について理解する。 	行動観察 課題点検 ノート点検 問題集点検 前期中間考査
5	第2節 商品開発の意義と手順 1. 商品開発の意義 2. 現代社会における商品開発 3. 商品のライフサイクル 4. 商品の評価と商品の改良 5. 商品開発の手順	<ul style="list-style-type: none"> 商品開発の意義、商品のライフサイクルについて理解する。 販売後の商品の評価とそれに基づいて商品の改良を行うことの重要性について理解する。 商品開発の手順を理解する。 	
6	第2章 商品の企画 第1節 環境分析 1. 商品を取り巻く環境 2. マクロ環境分析 3. ミクロ環境分析 第2節 商品開発の意思決定と開発テーマの決定 1. 商品開発の意思決定 2. 開発テーマの検討	<ul style="list-style-type: none"> 政治状況・法律制度、経済動向、社会・消費傾向、技術動向といったマクロ環境や自社、競合企業、顧客といったミクロ環境などの商品を取り巻く環境について理解する。 4W1Hにより開発テーマを整理し、市場細分化によって標的市場を設定すること、またその意義を理解する。 市場調査の内容を理解し、資料調査と実態調査の二つの市場調査の方法について理解する。 	
7	第3節 市場調査 1. 市場調査とは 2. 市場調査の内容 3. 市場調査の方法 4. 市場調査の手順	<ul style="list-style-type: none"> 商品コンセプトを考案することの重要性について理解する。 	
8 9	第4節 商品コンセプトの立案と商品企画書の作成 1. 商品コンセプトとは 2. 商品コンセプト立案の手順 3. 商品企画の作成とプレゼンテーション		
10	第3章 商品の開発 第1節 商品の仕様と詳細設計 1. 商品の仕様 2. 詳細設計 3. コンピュータによる設計と評価	<ul style="list-style-type: none"> 商品仕様と仕様書に基づいた詳細設計、およびコンピュータによる設計とその評価について理解する。 詳細設計に基づき、試作品を作成し、評価の項目と基準を設定して試作品を評価し、設計・仕様の変更を行う過程について理解する。 	行動観察 課題点検 ノート点検 問題集点検 後期中間考査
11	第2節 試作品の作成と評価 1. 試作の目的 2. 試作品の作成 3. 試作品の評価	<ul style="list-style-type: none"> 機能テストや消費者テスト、市場テストなど開発商品に関するテストの方法について理解する。 生産計画、マーケティング計画、財務計画といった事業計画の流れとその内容について理解する。 	
12	第3節 開発商品のテスト 1. 機能テストと消費者テスト 2. 消費者テストの方法 3. 市場テスト		
1	第4節 事業計画の立案 1. 事業計画の立案の趣旨		行動観察 課題点検 ノート点検 問題集点検 学年末考査
2	2. 価格の設定 3. 流通経路の立案 4. 販売促進の立案 5. 財務計画の立案	<ul style="list-style-type: none"> 事業計画をまとめ、社外向けの事業計画書を作成し、プレゼンテーションを行う実習をする。 (検定学習) 	
3	6. 事業計画書の作成とプレゼンテーション	全商商経検定2級(マーケティング) 日商リテールマーケティング検定 3級	