

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

<p>商品の見方・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・能力を次にとおり育成することを目指す。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>
--

2 科目の内容と授業の進め方

<ul style="list-style-type: none"> 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、商品開発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。単元ごとに教科書の復習問題を使って復習します。また、年間を通じて日商リテールマーケティング検定3級の内容に関連した項目についても学習します。 11月の市岐商デパートに関連させ、経営活動に関する諸問題についても実践的に学習します。 新聞記事などの商品開発に関する身近な話題についても学習します。
--

3 学習の方法

<ul style="list-style-type: none"> 講義形式と実践形式と合わせて行います。教科書やワーク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。 授業中の発表や「市岐商デパート」での活動を通じて、実践活動の中での学習も深めていきます。 商品開発から流通までを学習する上で大切なことは、商品を作る前段階の重要性を学習することで、商品の販売から流通の仕組みについて興味・関心を持ち、「市岐商デパート」に活かすために積極的に取り組む態度が必要です。
--

4 課題・補習について

<ul style="list-style-type: none"> 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、追試や補習を行います。
--

5 この授業で取得可能な資格(検定試験)

<ul style="list-style-type: none"> 全商商業経済検定2級(マーケティング)

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
<p>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。</p>	<p>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。</p>	<p>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。</p>

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	第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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 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 ノート 提出物
5	第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	<ul style="list-style-type: none"> 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。 商品コンセプトの内容について理解するとともに、ブレイ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。 	前期 中間考査
6	④商品企画の提案		
7	第3章 事業計画の立案 ①事業計画の概要	<ul style="list-style-type: none"> 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、価格の設定の考え方を理解する。 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。 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 提出物
8	②価格計画 ③流通計画		
9	④プロモーション計画 ⑤事業計画の作成		前期 期末考査
10	第4章 商品の開発 ①商品仕様と詳細設計	<ul style="list-style-type: none"> 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。 商品デザインの役割や要素、種類等について理解する。 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。 	行動観察 ノート 提出物
11	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		後期 中間考査

<p>12</p> <p>1</p> <p>2</p> <p>3</p>	<p>第5章 商品の販売</p> <p>①販売員活動</p> <p>②セールスプロモーション</p> <p>③商品開発の新たな展開</p> <p>④流通の新たな展開</p> <p>⑤感覚を活かした商品開発・流通</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・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。 ・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。 ・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。 <p>全商商業経済検定2級 (マーケティング)</p>	<p>行動観察 ノート 提出物</p> <p>学年末考査</p>
--------------------------------------	---	--	--