

# 「商品開発と流通」シラバス

学科	商業科	学年	2年	類型		組	5組	単位数	2
使用教科書	商品開発と流通（実教出版）								
副教材等	商品開発と流通 準拠問題集（実教出版）								

## 1 学習の到達目標

① 商品の開発や流通に関する知識を体系的・系統的に理解し、それに関連する技術を身に付けることができる。
② 流通を見据えて商品を開発する過程で課題を発見し、科学的な根拠に基づいて創造的に解決する能力や資質を養うことができる。
③ 自ら学び、主体的かつ協働的に取り組むことで、ビジネスを適切に展開する力が向上できる。

## 2 学習評価

次の三つの観点に基づき、各学期ともに定期考査までの学習内容のまとめりごとに、下記の評価項目により、観点別評価と100点法の評価をする。学年末において、観点別評価を5段階の評定に総括する。

①知識・技能	実務に即して体系的・系統的に理解し、商品の企画からプロモーションまでの様々な場面で役に立つ商品開発に関する知識と、流通の立場から捉えた取引対象としての商品に関する知識を身に付けているか。	(3)(4)(6)(11)
②思考・判断・表現	商品開発と流通についての様々な知識や情報などを活用して、その動向や課題を発見し、ビジネスの様々な視点から、科学的な根拠に基づいて商品開発と流通に関する計画を立案したり、提案したりしているか。	(2)(3)(4)(5)(7)(8)(9)
③主体的に学習に取り組む態度	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指し、商品開発と流通について自ら学ぶ態度でもって取り組もうとしているか。	(1)(2)(4)(5)(6)(7)(8)(9)(10)(11)
評価方法	主な評価項目	
学習状況の観察	(1)ペアやグループワークの活動状況 (2)教師の質問に対する応答	
ペーパーテスト	(3)定期考査 (4)小テスト	
課題の提出状況	(5)課題等の提出状況 (6)ノート・問題集の提出状況	
言語活動の観察	(7)ワークショップなどへの取組状況	
社会人活用事業	(8)作品（企画書など）やレポート提出 (9)プレゼンテーションの状況	
検定試験	(10)検定の取組状況 (11)検定試験および模擬テストの得点	

### 3 学習の計画

学期	学 習 内 容	学 習 の ね ら い	評価項目
一 学 期	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"> <li>商品の成り立ちおよびその捉え方について理解する。</li> <li>商品開発の意義や手順について理解し、流通の仕組みについて、企業の事例を調査して考察する。</li> <li>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。</li> </ul>	(7)
	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 実習 商品の企画	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業の事例から環境分析を行い、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。</li> <li>市場調査から、商品の企画に関する課題を発見する。</li> <li>商品コンセプトの内容を理解し、商品企画につながるアイデアを考える活動を行う。</li> <li>商品コンセプトを考察し、商品企画書をまとめてプレゼンテーションを行い、評価、改善を行う。</li> </ul>	(8)(9)
	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	<ul style="list-style-type: none"> <li>商品開発と流通における計画の目的や手順を理解する。</li> <li>競争環境や需要予測等を基に、価格の設定の考え方を理解し、様々な価格政策について考察する。</li> <li>流通チャネルの種類と特徴について理解する。</li> <li>企業の事例から、プロモーション計画を理解する。</li> <li>事業計画書を作成して、プレゼンテーションを行うことにより、評価、改善を行う。</li> </ul>	(7)
	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 実習 パッケージおよびポスターのデザイン 4 ブランド 5 知的財産権の登録 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 実習 商品の販売	<ul style="list-style-type: none"> <li>企業の事例から、商品仕様と詳細設計を理解する。</li> <li>プロトタイプの種類や目的を理解し、それらを用いたテストや評価によって課題が明確になることを理解する。</li> <li>商品デザインの役割や要素、類等を理解し、その技法について、具体的な事例と関連付けて分析する。</li> <li>機能や要素等を考察し、パッケージやポスターのデザインを行う。</li> <li>ブランドについて、機能、構成要素等を理解する。</li> <li>知的財産権の内容、重要性を理解し、偽ブランドや偽キャラクター商品の知的財産権の侵害について、考察する。</li> <li>販売員活動について、プロセス、役割等を理解する。</li> <li>セールスプロモーションを理解し、分類する。</li> <li>流通とプロモーションに関する課題を発見し、実習のための計画を立案して実施し、評価・改善を行う。</li> </ul>	(8)(9)
三 学 期	6章 商品開発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	<ul style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>情報システムの変化が、流通に影響を及ぼすことを理解する。</li> <li>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。</li> <li>全商商業経済検定2級の検定対策に取り組み、商品開発と流通の専門用語や内容を理解する。</li> </ul>	(7)(9)

備考 (1)(2)(3)(4)(5)(6)(10)(11)については、全ての単元において評価項目として用いる。