

教科	商業	学科	商業科	学年	2	年	必修でない
科目	商品開発と流通			単位数	3	単位	
使用教科書		商品開発と流通(東法)		副教材	なし		

学校教育目標	高い志を立て、自己を練磨し、社会に貢献する人間の育成(立志・練磨)									
育成を目指す 資質・能力	基盤的学力	◎	協働力		論理的思考力	◎	傾聴力		課題解決能力	○
	表現力	○	判断力	○	考察力	◎	情報活用能力	○	コミュニケーション能力	
	基礎的読解力		創造力		洞察力		継続力		行動力	
	自己管理能力		共感力		自己実現力		復元力(折れない心)		自己肯定感	
学習の到達目標	・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。									
	・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。									
	・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。									
	・									

★評価規準	A:十分満足できる	B:概ね満足できる(基準)	C:努力を要する
★単元ごとの評価規準 (1)化学と人間生活			
★4月～6月下旬までの学習内容			
①知識・技能	②思考・判断・表現	③主体的に学習に取り組む態度	
商品開発の意義や商品の分類について理解している。 環境分析の概要と商品のライフサイクルについて理解している。	身近な商品の開発の歴史などについて調べたことをポイントを押さえて表現することができる。 身近な商品ライフサイクルのどの段階にあるか予想し、考えを表現することができる。	商品開発の重要性や手順などについて関心を持ち、身近な商品の開発の歴史について調べるなど主体的に学習しようとしている。 環境分析に関心を持ち、身近な環境を分析してみることなど、主体的に学習しようとしている。	
★何で評価するか	★何で評価するか	★何で評価するか	
・定期考査 ・小テスト ・課題学習やレポート	・定期考査 ・小テスト ・課題学習やレポート	・授業でのワークシート ・考査前後の振り返りシート	

【学習計画】

月	単元	学習の目標(評価の観点:評価方法)
4	第1章 商品開発の基本 第1節「商品と商品開発」 1商品開発 2商品	商品や商品開発の考え方、有形財だけでなくサービスや権利なども含めて流通において商品として取引されていることについて扱う。
5	第2節「商品開発プロセス」 1商品開発プロセス 2商品ステージ・ゲート・プロセス 第3節「商品開発とブランド」 1商品開発とブランド構築	商品開発の手順に従って開発を進めるリニア型開発、開発過程で商品価値の再発見が行われるノンリニア型開発の過程について扱う。 商品開発や商品の流通における法令遵守(コンプライアンス)など企業の責任について扱う。
6	第2章 商品の企画 第1節「環境分析」 第2節「開発方針とテーマの決定」 第3節「探索的調査」	経済のグローバル化などによる商品の多様化の現状について扱う。 商品のライフサイクルや競争上の位置づけを明確にして商品開発の方針を決定する方法を学習する。 開発商品の競合状況、消費実態や顧客のニーズ、消費者の生活行動や意識など商品開発に必要な情報の種類とそれを収集する市場強う佐野方法について扱う。

★単元ごとの評価規準 (2)物質の構成				★7月上旬～9月下旬までの学習内容			
①知識・技能	②思考・判断・表現	③主体的に学習に取り組む態度		自己評価	実際評価		
商品コンセプトの概要について理解している。 商品仕様書や詳細設計書の役割や作成方法を理解している。	必要なポイントを簡潔にまとめた商品企画書とプレゼンテーション資料を作成することができる。 プロダクトデザインの手順に基づき企画書で決定したコンセプトを具現化したプロダクトデザインを行うことが出来ている。	商品コンセプトの考案や評価、商品企画書の作成、プレゼンテーションについて関心を持ち、グループのメンバーと協力して主体的に課題に取り組んでいる。 プロダクトデザインや試作品の作成、パッケージ制作など、グループのメンバーと協力して主体的に課題に取り組んでいる。		観点	観点		
①	②	③	①	②	③		
★何で評価するか	★何で評価するか	★何で評価するか					
・定期考査 ・小テスト ・課題学習やレポート	・定期考査 ・小テスト ・課題学習やレポート	・授業でのワークシート ・考査前後の振り返りシート					
7	第4節「アイデアの創出と評価」 1顧客ニーズの特定とアイデアの創出 2アイデアの評価(アイデア・スクリーニング) 第5節「商品コンセプトの考案」 1商品コンセプトの考案 2ポジショニングの確認 3商品の実体・付随機能・価格の想定	ブレンストーミングなどの技法を用いてアイデアを創出する方法について扱う。 商品コンセプトを考案することの重要性及び市場調査などで得られた情報を踏まえることの重要性について扱い、具体的な事例と関連付けて分析し、商品コンセプトを考案する学習活動を行う。					

★最終評価総括(自己評価／実際評価)						自己評価総括			実際評価総括		
①知識・技能		②思考・判断・表現		③主体的に学習に取り組む態度		①	②	③	①	②	③

◎前期振り返り	◎後期振り返り	▶備考