

年間授業計画 新様式

第三商業高等学校 令和5年度（2学年用）

教科 商業

科目 商品開発と流通

教科：商業 科目：商品開発と流通 単位数： 単位 3 単位

対象学年組：第 2 学年 1 組～ 5 組

教科担当者：（1組：河原田）（2組：河原田）（3組：幕田）（4組：幕田）（5組：河原田）

使用教科書：商品開発と流通（実教出版）

教科 商業の目標：

【知識及び技能】

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。

【思考力、判断力、表現力等】

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

【学びに向かう力、人間性等】

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。

科目 商品開発と流通の目標：

【知識及び技能】	【思考力、判断力、表現力等】	【学びに向かう力、人間性等】
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。	商品開発と流通をはじめとした様々な知識や情報などを活用し、商品開発と流通の動向や課題を発見するとともに、ビジネスに関わる様々な立場に立って、妥当性と課題などの視点から、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。	ビジネスを適切に展開する力の向上を目指して自ら商品開発と流通について学ぶ態度及び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、他者と信頼関係を構築して積極的に関わり、商品開発と流通に関する学習活動に責任をもって取り組もうとしている。

単元の具体的な指導目標		指導項目・内容	評価規準	知	思	態	配 当 時 数
4 月	Introduction なぜ商品開発と流通はおこなわれるのか	日常生活を送るために、商品は必要不可欠なものであり、それを入手するためには流通も重要であることを理解する。	【知識・技能】 商品開発と流通が一連のものであることを理解している。	○			
	なぜ商品開発と流通を学ぶのか	『商品開発と流通』の概要を理解する。	【知識・技能】 『商品開発と流通』の学習内容について理解している。	○			
	1章 商品開発と流通の概要 1 私たちの生活と商品	商品の成り立ちおよびその捉え方について理解する。	【知識・技能】 現代市場における商品開発と流通の概要について理解している。	○			
5 月	2 商品開発の意義と手順	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。	【知識・技能】 商品開発の手順とともに、学習計画が立てられている。	○			
	2 商品開発の意義と手順	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。	【知識・技能】 商品開発の手順とともに、学習計画が立てられている。	○			
	3 商品と流通との関わり	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。	【思考・判断・表現】 商品と流通との関わりについて、具体的な事例と関連付けながら、思考できている。		○		
6 月	3 商品と流通との関わり	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。	【主体的に学習に取り組む態度】 経済や消費者の動向について自ら学び、主体的かつ協働的に学習に取り組んでいる。			○	
	3 商品と流通との関わり	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。	【主体的に学習に取り組む態度】 経済や消費者の動向について自ら学び、主体的かつ協働的に学習に取り組んでいる。			○	
	2章 商品の企画 1 環境分析と意思決定の準備	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。	【知識・技能】 企業の事例を取り上げ、理解しようとしている。 マクロ分析、ミクロ分析の技術が身に付いている。	○			
7 月	2章 商品の企画 1 環境分析と意思決定の準備	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。	【知識・技能】 企業の事例を取り上げ、理解しようとしている。 マクロ分析、ミクロ分析の技術が身に付いている。	○			
	2 市場調査	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。	【知識・技能】 商品ライフサイクルおよびSTPについて理解している。	○			
	2 市場調査	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。	【思考・判断・表現】 ・市場調査から商品の企画に関する課題を発見する。		○		
7 月	3 商品コンセプトの策定	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。	【思考・判断・表現】 ブレインストーミングなどの技法を用いて、アイデアの創出が行えている。 ・アイデア創出に当たり、主体的かつ協働的な取り組みを行っている。		○		
	期末考査		【知識・技能】 考査問題を通して、理解を深めることができている。	○			
	4 商品企画の提案	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。	【主体的に学習に取り組む態度】 商品の企画について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、商品の企画に主体的かつ協働的に取り組んでいる。			○	
7 月	4 商品企画の提案	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。	【主体的に学習に取り組む態度】 商品の企画について自ら学び、経済や消費者の動向などを踏まえ、商品の企画に主体的かつ協働的に取り組んでいる。 ・プレゼンテーションに必要な技術を用いて、表			○	
			【知識・技能】  【思考・判断・表現】  【主体的に学習に取り組む態度】				



1月	4 ブランド	ブランドについて、機能、構成要素等を理解する。	【知識・技能】 ブランドの機能、構成要素等を理解している。	○				
	5 知的財産権の登録	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	【知識・技能】 知的財産権の内容や、手続き方法の違いを理解している。	○				
	5章 商品の販売 1 販売員活動	販売員活動について、プロセス、役割等を理解する。	【知識・技能】  【思考・判断・表現】 販売員活動におけるプロセス、役割等を理解している。	○				
2月	2 セールス・プロモーション	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。	【思考・判断・表現】 企業の事例を取り上げ、顧客の購買心理に基づいたセールス・プロモーションが行われていることに気付いている。	○				
	6章 商品開発と流通に関する新たな展開 1 商品開発の新たな展開	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。	【知識・技能】 企業の事例を取り上げて、デザイン思考の商品開発について理解できている。	○				
	6章 商品開発と流通に関する新たな展開 1 商品開発の新たな展開	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。	【知識・技能】 企業の事例を取り上げて、デザイン思考の商品開発について理解できている。	○				
	2 流通の新たな展開	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。	【知識・技能】 情報システムの変化が効果的・効率的な流通に結びついていることを理解している。	○				
3月	2 流通の新たな展開	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。	【知識・技能】 情報システムの変化が効果的・効率的な流通に結びついていることを理解している。	○				
	3 感覚を活かした商品開発・流通	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。	【思考・判断・表現】 企業の事例を取り上げて考察できている。	○				
	3 感覚を活かした商品開発・流通	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。	【思考・判断・表現】 企業の事例を取り上げて考察できている。	○				