

商品開発と流通

対象クラス	第2学年 ビジネス科 商品開発コース	単位数	3
使用教科書	商品開発と流通（実教出版）		
使用副教材	販売士養成講習会3級テキスト(日本商工会議所) レクチャー&トレーニング 日商リテールマーケティング(販売士)検定試験3級(実教)		

「商品開発と流通」とはこんな科目です。
 ビジネスを適切に展開して企業の社会的責任を果たす視点を持ち、ビジネスの場面を想定し、商品の企画、事業計画及び流通とプロモーションに関する計画の立案に取り組む実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して、商品開発と流通について、組織の一員としての役割を果たすことができるようになる科目です。

科目の到達目標(目標とする検定等)
 ・リテールマーケティング検定3級(日本商工会議所主催)

評価の観点	割合	評価規準・評価内容	評価の場面・方法等
知識・技能(技術)	3	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か。	・行動観察 ノート ・確認テスト 定期考査
思考・判断・表現	4	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か。	・行動観察 ノート ・プレゼンテーション 発表 ・確認テスト 定期考査
主体的に学習に取り組む態度	3	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持ち、他者と信頼関係を構築して積極的にに関わり、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か。	・行動観察 ノート ・提出物

学習計画(どのような内容を、どの時期に学ぶのか)

	単元名	学習内容	学習活動のねらい
前期 中間	リテールマーケティング 検定3級 ストアオペレーション 【前期中間考査】	1 ストアオペレーションの基本 2 包装技術の基本 3 ディスプレイの基本	・開店準備の業務、日常の運営業務、チェックアウト業務、ミーティングに至るまで、店舗を運営するうえで欠かせない基本的知識について学びます。
前期 期末	リテールマーケティング 検定3級 マーチャндаイジング 販売・経営管理 【前期期末考査】	1 商品の基本 2 マーチャндаイジングの基本 3 商品計画の基本 4 販売計画および仕入計画などの基本 5 価格設定の基本 6 在庫管理の基本 7 販売管理の基本 1 販売員の役割の基本 2 販売員の法令知識 3 小売業の計数管理 4 店舗管理の基本	・商品の種類や商品が成り立っている3つの要素、商品コンセプトの重要性、商品の分類の意義や制度分類、慣用分類、商品の本体要素としての機能と性能、デザイン、ブランドなどについて理解します。 ・接客の心構え、敬語の基本、クレームの種類、クレーム対応時の心構えと手順、返品発生原因の種類、返品対応時心構えと手順などについて理解します。

後 期 中 間	1章 商品開発と流通の 概要 【後期中間考査】	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します。 ・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します。 ・商品開発の手順について理解します。 ・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します。
学 年 末	2章 商品の企画 【学年末考査】	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	<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します。 ・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します。 ・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します。 ・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います。 ・商品企画書を基にプレゼンテーションを行い、評価、改善を行います。