

【商業科・事務情報科】 3年次 【選択】科目「商品開発」授業のシラバス

1 概要

教科名	商業	科目名	商品開発	単位数(コマ数)	2(70)
科目の目標	商品開発に関する知識と技術を習得させ、顧客満足を実現することの重要性について理解させるとともに、商品を企画・開発し、流通活動を行う能力と態度を育てる。				
教科書(出版社)	商品開発(実教出版)	副教材(出版社)	商品開発問題集(実教出版)		

2 学習の方法

(1) 予習について

教科書の内容については、事前に取り組んだ方が良いでしょう。先生の指示に従ってください。

(2) 授業について

毎時間の授業を大切に集中して取り組んでください。疑問点は遠慮なく質問してください。

先生の指示に従い、授業で使用するものを確認してください。もし忘れた場合は、授業が始まる前に教科担当の先生に申し出て下さい。この授業で使用するファイルは「プラスチックの黄色」です。

(3) 復習について

教科書やノート、プリント等で、その日にやった内容を確認しておくの良いと思います。疑問点や分からない点は、教員や友人に聞いて、早めに解決しておきましょう。

〈学習アドバイス〉

定期考査・小テスト・課題提出・積極的な学習態度や取り組み(授業への出席など)を総合的に評価します。

3 評価について

(1) 評価の観点

観 点	趣 旨
① 関心・意欲・態度	商品開発について関心を持っているか。
② 思考・判断・表現	商品開発に関する基礎的・基本的な知識と技術をもとに、ビジネスの諸活動に携わる者として適切に判断し、外部に表現する創造的な能力を身に付けているか。
③ 技能	商品を企画・開発し、流通させるために必要な技術、商品開発に必要なデザインに関する技術を身に付け、活用することができるか。
④ 知識・理解	商品開発に関する基礎的・基本的な知識を身に付けているか。

(2) 評価の方法(以下観点①～④は「(1) 評価の観点」と対応する)

評価材料		定期考査・確認テスト		授業態度	小テスト	ノート プリント	課題
観 点	割合						
① 関心・意欲・態度	10%	○	日常生活でどのように活かされているかを問うことがあります。	◎		○	○
② 思考・判断・表現	25%	○	教科書の章末問題、問題集レベル		○	○	○
③ 技能	25%	○	教科書の章末問題、問題集レベル		○	○	○
④ 知識・理解	40%	○	教科書の章末問題、問題集レベル		○	○	○

〈担当者からのメッセージ〉

- 卒業後、社会の即戦力になれるよう、ビジネスに必要な知識を身に付けてください。

【商業科・事務情報科】 3年次 【選択】 科目「商品開発」授業のシラバス

4 授業計画

月	単元	時 数	学習内容	観点別 評価	到達目標	考查等
前期 4	第1章 商品と商品開発 序 節 第1章で学ぶこと 1. 商品の多様化	6	1 商品の成り立ちと範囲 2 技術革新と商品 3 経済の国際化と商品 4 消費生活の変化と商品 5 地球環境の保全と商品	② ④ ④	商品の成り立ちおよび何を商品として考えるのかについて理解できる。 多様な商品提供の現状について認識できる。	前期中間考查
5	2. 商品開発の意義と手順	8	1 商品開発の意義 2 現代社会における商品開発 3 商品のライフサイクル 4 商品の評価と商品の改良 5 商品開発の手順	④ ④ ④	商品開発の意義、商品のライフサイクルについて理解できる。 商品開発の手順と考え方について、その骨格を理解できる。	
6	第2章 商品の企画 序 節 第2章で学ぶこと 1. 環境分析 2. 商品開発の意思決定と開発テーマの決定 3. 市場調査	8	1 商品を取り巻く環境 2 マクロ環境の分析 3 ミクロ環境の分析 1 商品開発の意思決定 2 開発テーマの検討 1 市場調査とは 2 市場調査の内容 3 市場調査の方法 4 市場調査の手順	③ ③ ③ ② ④	マクロ環境や、ミクロ環境などの、商品を取り巻く環境について理解できる。 4W1Hにより開発テーマを整理・検討し、市場細分化によって標的市場を設定すること、またその意義について理解できる。 市場調査の内容を認識させ、資料調査と実態調査の二つの市場調査の方法について理解できる。 市場調査の五つの手順について理解できる。	
7	4. 商品コンセプトの立案と商品企画書の作成	8	1 商品コンセプトとは 2 商品コンセプト立案の手順 3 商品企画書の作成とプレゼンテーション	③	企業内の企画会議で提案することを想定して市場調査を行い、ブレンストーミングやKJ法などを用いて商品コンセプトを考案する実習をできる。	
8	第3章 商品の開発 序 節 第3章で学ぶこと 1. 商品の仕様と詳細設計 2. 試作品の作成と評価	4	1 商品の仕様 2 詳細設計 3 コンピュータによる設計と評価 1 試作の目的 2 試作品の作成 3 試作品の評価	② ③	商品仕様に関する具体的な事例を取り上げ、開発者のねらいについて考察できる。 詳細設計に基づき、試作品を作成し、評価の項目と基準を設定して試作品を評価し、設計・仕様の変更を行う過程について理解できる。	夏季休業明け 確認テスト
9	3. 開発商品のテスト	4	1 機能テストと消費者テスト 2 消費者テストの方法 3 市場テスト	②	開発商品のテストによって、商品コンセプトの仮説検証を行うことの重要性について理解できる。	前期期末考查
10	4. 事業計画の立案	8	1 事業計画の立案の趣旨 2 価格の決定 3 流通経路の立案 4 販売促進の立案 5 財務計画の立案 6 事業計画書の作成とプレゼンテーション	③	事業計画をまとめ、社外向けの事業計画書を作成し、プレゼンテーションを行う実習をできる。	
後期 10	第4章 商品開発とデザイン 序 節 第4章で学ぶこと 1. デザインの基礎	10	1 デザインの役割 2 デザインの種類 3 商品開発と関わり合いの深いデザイン 4 デザインの基本ルール	④	商品開発においてデザインが果たす役割について理解できる。	
11	2. パッケージデザイン	10	1 パッケージデザインとは 2 パッケージデザインの制作 1 グラフィックデザインとは 2 グラフィックデザインの制作	③ ③	パッケージデザインの技法を習得させ、実際にパッケージデザインを作成する実習をできる。 グラフィックデザインの技法を習得させ、実際にPOP 広告や広告ポスターを作成する実習をできる。	
12	第5章 商品開発と知的財産権 序 節 第5章で学ぶこと 1. 知的財産権の内容	6	1 知的財産の保護の重要性 2 特許権の内容 3 実用新案権の内容 4 意匠権の内容 5 著作権の内容 6 商標権の内容 7 不正競争防止法の内容	② ② ④	知的財産の保護の重要性について、偽ブランドや偽キャラクター商品など知的財産権の侵害に関する具体的な事例の考察を通して認識できる。	後期中間考查
1	2. 知的財産権の取得	6	1 知的財産の権利化の意義 2 知的財産権の取得手続き	④	知的財産の権利化の意義について理解できる。	冬季休業明け 確認テスト
2	3. 知的財産権の活用	6	1 独占的販売 2 ライセンス	②	取得した知的財産権について、独占的販売やライセンス取得など、その活用方法について理解できる。	
3	第6章 商品流通と流通を支える活動 序 節 第6章で学ぶこと 1. 流通の仕組みと市場	2	1 流通の役割 2 流通の仕組みとその変化 3 流通系列化 4 商品流通における市場の役割と課題 5 卸売業者の種類 6 小売業者の種類 7 業態ごとの流通戦略	② ②	商品流通における市場の役割と課題について、具体的な事例を取り上げて理解できる。	
4	2. 売買業者の商品計画	2	1 卸売業者の商品計画と今後の方向 2 小売業者の商品計画と今後の方向 3 プライベートブランド商品の開発	②	卸売業と小売業における商品計画の重要性について理解できるとともに、卸売業と小売業の今後の方向について考察できる。	
5	3. 流通手段の多様化	2	1 無店舗販売 2 商品の特性に応じた流通	②	商品の特性に応じた流通手段の選択について、具体的な事例を取り上げて理解できる。	
6	第7章 総合実習	2	1 商品開発実習のねらいと実習の手順 2 商品開発実習	③	これまで学習した内容（特に第2～4章）に基づき、商品開発を行う実習をできる。	
		計 70				

※ 観点別評価①は関心・意欲・態度、②は思考・判断・表現、③は技能、④は知識・理解を表しています。

※ 授業計画は進度により前後することがあります。