

商品開発シラバス

科目名	単位数	学年	学期	必修・選択	対象学科
商品開発	2	3	全	選択	商業科

1 概要及び目標

- (1) 商品開発に関する知識と技術を身につける
- (2) 顧客満足を目指した商品づくり
- (3) 企画開発し流通活動を行う能力と態度を育てる
- (4) **具体的な目標**
 - ① 「商品開発」の授業を通して、ドキスポで取り扱う商品を生徒が主体的に創り出すこと
 - ② グループ学習、ペア学習、プレゼン、シェアリング、フィールドワークなどのアクティブラーニング形式の授業を通して、自主的・主体的に学ぶ、または学び合える学習姿勢を身につけさせるとともに、面前で論理的かつユーモアを交えた魅力あるプレゼンができる能力と態度を育てる(混沌とした現代社会を生き抜く術を教え込む)。

2 使用教科書・教材

教科書:商品開発 315(実教出版)
副教材:なし

3

- (1) 教科書を適時使用しながら、自主的・主体的な生徒中心の学習スタイルとする。
- (2) 生徒に興味・関心を持たせ、テレビやラジオを視聴させたり、新聞・雑誌・広告などを見せ、できるだけ具体的に指導する。
- (3) 新聞の記事を取り上げ、社会的・経済的・法律的な問題等についても話し合わせる。
- (4) 商品開発で学習した知識・技術を通して、新商品の開発をグループで考案する。考案した内容をプレゼンし評価しあう。

4 成績評価

1学期は、中間テストは実施せずに、商品企画書のグループ作成を点数化する。期末テストは、グループでの商品開発を企画・制作を実施し、その商品をプレゼンテーションし、点数化することで評価を決定する。
2学期は、ドキスポの準備のため中間テストは実施しない。期末テストは、デザインの基礎(教科書94～115)をテスト範囲にして座学で評価をする。
3学期は、個人での商品開発を企画し、個人のプレゼンテーションを点数化することで評価する。

5 その他(履修上の注意)

提出物や日々のプレゼンを点数化することで、最終の評価を決定していく。

6 観点別評価の趣旨

	評価の観点・内容	評価の方法
関心・意欲・態度	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発に関心を持ち、その知識と技術の習得を目指して取り組んでいるか。 ・商品開発に関する情報を適切に収集、処理して活用する実践的な態度を身につけているか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・学習への意欲や態度 ・課題等の提出状況、取り組み
思考・判断・表現	<ul style="list-style-type: none"> ・これからのビジネス社会におけるマーケティング活動の諸問題の解決を目指して自ら思考を深めているか。 ・基礎・基本的な知識と技術を活用して適切に判断し、創意工夫をする能力を身につけているか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・定期考査 ・小テスト等
技能	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマンとしての基礎的・基本的な技術・表現力を身につけているか。 ・ビジネスの諸活動における商品企画に関する情報を適切に収集、処理するとともに、その成果を適切に表現できているか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・定期考査 ・小テスト等 ・提出物
知識・理解	<ul style="list-style-type: none"> ・商品開発の基礎的・基本的な知識を身につけているか。 ・ビジネスの諸活動におけるマーケティングに関する情報の意義や役割を理解しているか。 	<ul style="list-style-type: none"> ・定期考査 ・小テスト等

商品開発 学習計画

月	学習内容	教科書 教材	時間	学習のおもな目標
四月	①ガイダンス(商品開発教室) ②科目「商品開発」ガイダンス(商品開発室、選択者) ③自主的主体的な学習姿勢を育てるグループ分け ④市場調査 教科書を確認したらすぐにグループインタビューを実施し、内容をまとめさせる。お勉強にならない。実践的な学習に。	ビデオ 教P22 教なし 教p44～50まで	6	前年度ドキスポのビデオ、本授業の目標を確認 科目「商品開発室」の意義と手順(教科書)、教室の使い方、評価方法、1年間の流れ グループ分けは、生徒の自主性を尊重(ストップウォッチ使用、リーダーの見極めと人間関係の把握が目的、座席5名×4グループ) ドキスポで買いたい、または食べたい商品に関する定性調査(グループインタビュー)を実施して仮説を立てる。それに基づいて定量調査(アンケート)を実施する。 まとめたら、調査内容を発表しあう
五月	商品企画書(市場調査から繋がってる) 市場調査は、他グループの嗜好を調査する。ここでは、自分のグループがどんな商品を作りたいかを決定していく。	教p 51 ～58	6	ブレインストーミングとKJ法によってアイデアを出し合う。 商品コンセプトを決定後に、商品イメージ等を作成(教57) 実現可能性、新規性、採算性、商品価格、製造価格(ネットや実店舗調査)、取引業者、ロット数、パッケージなどを考えさせる。 とりのこ用紙に手書きでまとめさせ、発表させる。
六月	①レシピの作成と商品の試作	教p68 ～71	6	レシピをもとに試作をする。材料費は各班負担。カメラ等で映像を残し、プレゼンに備える。 試作した商品は、お互いに評価する(教p71)
	②試作品の評価 ③商品開発のプレゼン準備 司会原稿とプレゼン作成	教p58	6	グループ単位でのプレゼン準備。スライドは必要な内容を事前に伝える(26年度データ参照)写真も多用する。
七月	①商品企画・開発のプレゼン実施	教p58		期末テスト前後の授業に合わせて実施。
	②プレゼンの反省と評価 ③ドキスポ商品の決定と取引業者調整 学級担任と要調整		6	プレゼンを通して、改善点やその評価をする。クラス単位、グループ単位。 学級担任の意向を踏まえて調整すること。 取引業者との打ち合わせは夏季休業中に実施。
九月 十月	①ドキスポに向けたクラス内の役割決定 ②各係の仕事内容の決定とトレーニング ③簡易営業許可の申請(食品バザー) ④商品計画、製品計画、財務計画(教p85) ⑤販売促進の立案(広報資料の作成) ⑥店舗設計(従業員動線と顧客動線) ⑦担任、生徒指導部、他連携部署との調整	教22～90まで	16	レジ会計、仕入、販売、警備などクラスの出し物によって係割り振りをする (食品バザーの場合)①レシピの見直し②調理班の作業マニュアル作成とトレーニング③材料仕入れ④損益分岐点の算出⑤つり銭準備⑥レジマニュアル作成⑦チラシ・ポスター(外注する場合)上記の食品バザーの①②③はないが、仕入価格の交渉、ロット数、受け渡し場所、支払方法、支払期日、追加注文の確認などが必要となる。 なお、どちらの場合も財務計画を事前に、かつ計画的に実施する必要がある。
十一月	①ドキスポの反省 ②会計処理 ③後片付け 期末テストに向けた取り組み		4	それぞれの役割で反省と次年度へ注意点を確認 損益計算書の作成、税金、利益配分などの計算 借用した備品の返却、業者への支払いなど
	①教科書「第4章デザイン的基础」	p94 ～111	6	デザインについての学習を期末テストの範囲とする
十二月	期末テスト ①パッケージデザインの制作 パッケージデザインコンテストの開催 「特保の那覇商業牛乳パックをつくろう！」	教p112 ～115	6	テスト範囲教p94～111、その他必要な範囲 牛乳パックのデザインを各自で、発想→ラフスケッチ→立体サンプルの制作→印刷→立体物の完成 まで。完成した立体物は、2階商業科の廊下に掲示して、コンテスト形式で生徒に投票させる(1～3位までを表彰) 注意点:キャラクター使用は、著作権の観点からNG
一月 二月	①商品アイデアコンテスト 個人戦でのプレゼン大会	教p22 ～115 全範囲	8	商品企画書を作成。 条件①個人で考える ②実現可能性が高いこと ③個人でプレゼンすること
			70	