費者心理，消費者の意思決定の過程，消費者の行動に影響を及ぼす要因などについて扱うこと。

イ　〔指導項目〕の(2)のイについては，統計的手法を用いた情報の分析方法について扱うこと。

ウ　〔指導項目〕の(3)のアについては，製品政策の目的，重要性などについて扱うこと。エについては，製品の多様化とサービス化，企業と顧客との関係の変化及び他の企業との協働による製品政策の実施について扱うこと。

エ　〔指導項目〕の(4)のアについては，価格政策の目的，重要性などについて扱うこと。イについては，価格の種類と選定方法，価格決定に影響を及ぼす要因及び価格決定の考え方について扱うこと。

オ　〔指導項目〕の(5)のアについては，チャネル政策の目的，重要性などについて扱うこと。ウについては，流通が社会環境や情報技術の進歩などによって大きく変化していること及び流通の変化を捉えたチャネル政策の動向について扱うこと。

カ　〔指導項目〕の(6)のアについては，プロモーション政策の目的，重要性などについて扱うこと。イについては，広告，セールス・プロモーション，パブリック・リレーションズ，販売員活動などについて扱うこと。

第６　商品開発と流通

１　目　標

商業の見方・考え方を働かせ，実践的・体験的な学習活動を行うことなどを通して，商品開発と流通に必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。

(1) 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。

(2) 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。

(3) 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。

２　内　容

１に示す資質・能力を身に付けることができるよう，次の〔指導項目〕を指導する。

〔指導項目〕

(1) 現代市場と商品開発・流通

ア　商品の概念と商品開発の流れ

イ　流通の仕組みと商品との関わり

ウ　市場環境の変化

(2) 商品の企画

ア　環境分析

イ　開発方針とテーマの決定

ウ　市場調査

エ　商品企画書の作成

(3) 事業計画

ア　商品仕様の詳細設計と評価

イ　商品デザインの制作

ウ　知的財産の登録

エ　価格の設定

オ　事業計画書の作成

カ　商品開発の動向・課題

(4) 流通とプロモーション

ア　流通経路の開拓

イ　プロモーションの実施

ウ　流通とプロモーションの動向・課題

３　内容の取扱い

(1) 内容を取り扱う際には，次の事項に配慮するものとする。

ア　商品の企画から流通とプロモーションまでを一連のものとして扱い，流通の立場から捉えた取引対象としての商品について理解を深めることができるようにすること。

イ　商品開発と流通の動向・課題を捉える学習活動及び商品開発と流通に関する具体的な事例について多面的・多角的に分析し，考察や討論を行う学習活動を通して，企業で行われている商品開発と流通について理解を深めることができるようにすること。

ウ　商品開発と流通に関する理論を実験などにより確認する学習活動及び商品開発と流通に関する具体的な課題を設定し，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て提案などを行う学習活動を通して，商品開発と流通に適切に取り組むことができるようにすること。

(2) 内容の範囲や程度については，次の事項に配慮するものとする。

ア　〔指導項目〕の(1)のアについては，商品開発や商品の流通に関する