

科 目 名	食品流通	単 位 数	2 単位	学科・学年	食品ビジネス 科 3 年																																								
使用教科書	食品流通	実教出版	副 教 材 等	視聴覚教材 プリント																																									
学 習 目 標	農業の見方・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、食品流通とマーケティングに必要な資質・能力を次のとおり育成することを目指す。 (1)食品流通について体系的・系統的に理解するとともに、関連する技術を身につけるようにする。 (2)食品流通に関する課題を発見し、農業や農業関連産業に携わる者として合理的かつ創造的に解決する力を養う。 (3)食品流通の合理的な管理とマーケティングが経営発展へつながるよう自ら学び、農業の振興や社会貢献に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う。																																												
学 習 評 価	○ 次の三つの観点に基づき、学習内容のまとまり（定期考査までを学習のひとまとまり）ごとに下の評価規準により評価を行い、学年末に5段階の評定に総括します。 <table><tr><td>①知識・技術</td><td colspan="4">食品流通やマーケティングに関するプロジェクト学習を通して、食品の品質管理や流通などに関する知識と技術を体系的・系統的に理解し、身につける</td></tr><tr><td>②思考・判断・表現</td><td colspan="4">食を巡る世界の動向、食生活と健康などから課題を発見し、食品流通や、マーケティングが果たす役割を踏まるとともに、食品の安全性や環境への配慮、法令遵守など職業人としての倫理観をもって、科学的な根拠などに基づいて創造的に解決する力を養う</td></tr><tr><td>③主体的に学習に取り組む態度</td><td colspan="4">合理的な食品流通やマーケティングの展開を通して、食品流通が人々の豊かな食生活を提供するという社会的な役割を担っていることを理解し、その振興や社会貢献に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う</td></tr></table>  <table><tr><td>評価方法\観点</td><td>①</td><td>②</td><td>③</td><td></td></tr><tr><td>学習状況観察</td><td>○</td><td>○</td><td>◎</td><td>自己評価の実施</td></tr><tr><td>ノート</td><td>○</td><td>○</td><td>◎</td><td>学習ノート</td></tr><tr><td>調査・調査レポート</td><td>○</td><td>◎</td><td>◎</td><td>調査・レポート</td></tr><tr><td>ペーパーテスト</td><td>◎</td><td>○</td><td>○</td><td>小テスト・定期考査</td></tr></table> ※表中の◎は観点の中でより重視するところです。					①知識・技術	食品流通やマーケティングに関するプロジェクト学習を通して、食品の品質管理や流通などに関する知識と技術を体系的・系統的に理解し、身につける				②思考・判断・表現	食を巡る世界の動向、食生活と健康などから課題を発見し、食品流通や、マーケティングが果たす役割を踏まるとともに、食品の安全性や環境への配慮、法令遵守など職業人としての倫理観をもって、科学的な根拠などに基づいて創造的に解決する力を養う				③主体的に学習に取り組む態度	合理的な食品流通やマーケティングの展開を通して、食品流通が人々の豊かな食生活を提供するという社会的な役割を担っていることを理解し、その振興や社会貢献に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う				評価方法\観点	①	②	③		学習状況観察	○	○	◎	自己評価の実施	ノート	○	○	◎	学習ノート	調査・調査レポート	○	◎	◎	調査・レポート	ペーパーテスト	◎	○	○	小テスト・定期考査
①知識・技術	食品流通やマーケティングに関するプロジェクト学習を通して、食品の品質管理や流通などに関する知識と技術を体系的・系統的に理解し、身につける																																												
②思考・判断・表現	食を巡る世界の動向、食生活と健康などから課題を発見し、食品流通や、マーケティングが果たす役割を踏まるとともに、食品の安全性や環境への配慮、法令遵守など職業人としての倫理観をもって、科学的な根拠などに基づいて創造的に解決する力を養う																																												
③主体的に学習に取り組む態度	合理的な食品流通やマーケティングの展開を通して、食品流通が人々の豊かな食生活を提供するという社会的な役割を担っていることを理解し、その振興や社会貢献に主体的かつ協働的に取り組む態度を養う																																												
評価方法\観点	①	②	③																																										
学習状況観察	○	○	◎	自己評価の実施																																									
ノート	○	○	◎	学習ノート																																									
調査・調査レポート	○	◎	◎	調査・レポート																																									
ペーパーテスト	◎	○	○	小テスト・定期考査																																									
履 修 上 の 注 意	◇授業は必要に応じ、板書したり、プリント等を利用するので、ノートやファイルとじを用意してください																																												

学期	月	学 習 内 容	時 数	学 習 の ね ら い	学 習 活 動 (評 価 方 法)
1 学 期	4 5	第7章 食品マーケティング 1 マーケティングとはなにか (1) 需要と供給の関係 (2) つくれば売れた供給不足 (3) 限界を迎えた供給過剰 (4) 時代の流れ (5) ソーシャルマーケティング (6) SDGsについて	24	食品マーケティングについて 地域農産物を取り上げる活動 を通して地域農産物の顕在化 やブランド化の視点から捉え ることができるようにするこ とをねらいとしている。 需要と供給の関係からSDGsま で学習し、理解を深める。	教科書・学習プリント に則して、板書・図表 等を活用し諸項目を系 統的に学習します 【学習状況観察】 【ワークシート】 【小テスト】 【定期考査】 【自己評価】
	6 7	2 マーケティングの発展 (1) マーケティング計画 (2) マス・マーケティングからの (3) 消費者主権の実現		マーケティングの発展につ いて学習し、顧客の求めている 価値やニーズ、消費動向の把 握などを取り上げ、顧客の視 点に立ったマーケティングを 理解する。	
2 学 期	9 10	3 マーケティング戦略の手法 (1) 市場調査 (2) 製品計画とライフサイクル (3) 商品開発の実際 (4) 販売・仕入・管理 (5) 販売戦略	26	マーケティング戦略の手法 をについて顧客目線からの 発想をもとにした提案や開 発を行う。顧客のニーズを 聞いて提案する姿勢や先進 事例から価値を形にする創 造的な活動を行い、顧客の ニーズから顧客を創造する 仕組みの構築がマーケティ ング戦略であることを考察 する活動を行う。 食品のブランド化の意義に ついて取り上げ、地域の農 産物をブランド化する方策 について考察する学習活動 を行う。食品の品質や価格 を超えた価値の創造である こと。また、食品を活用に 発生する付加価値や戦略が ブランド化となる考察を学 習し、理解を深める。	教科書・学習プリント に則して、板書・図表 等を活用し諸項目を系 統的に学習します 【学習状況観察】 【ワークシート】 【小テスト】 【定期考査】 【自己評価】
	11 12	4 食品マーケティングの実際 (1) 産地のマーケティング (2) 食品メーカーのマーケティン (3) 食品小売業者のマーケティン (4) 外食業のマーケティング (5) IT活用と食品マーケティング			
3 学 期	1 2	第8章 食品流通・マーケティングの 1 市場調査・環境分析 2 マーケティング戦略の策定 3 マーケティングの実践と評価	20	マーケティングの実践につ いて地域農産物のブランド化や六次 産業化の視点から捉えることが できる。地域農業の実態や地域 特有の食品に応じて実践的な活 動を取り入れる。 食品の六次産業化やブランド化 などの幅広い視点をもって学習 し、理解を深める。	教科書・学習プリントに 則して、板書・図表等 を活用し諸項目を系統的に 学習します 【学習状況観察】 【ワークシート】 【小テスト】 【定期考査】 【自己評価】