

2024年度 愛知学泉大学シラバス

シラバス番号	科目名	担当者名	実務経験のある教員による授業科目	基礎・専門別	単位数	選択・必修別	開講年次・時期
122131074	商品開発 Product Planning	館和彦		専門	2	選択	3前期

科目の概要

本科目では商品開発における商品企画業務の理論と実践の基礎を学修し、『商品プランナー』の資格の取得を目指す。商品プランナーとは消費者に満足と感動の商品やサービスを企画・開発し、販売を行う際に必要となる基礎的知識を取得した者に与えられる資格である。所定の学修内容を修得した後、日本商品開発協会が実施する認定試験に合格することで商品プランナー資格が得られる。商品プランナーの資格を活かす場としては、食品や工業製品等の製造業では新商品の企画や開発を行ったり、外食や観光等のサービス業では観光プランやメニュー開発が想定される。進め方は講師の実戦ノウハウや事例紹介や演習を交えて、商品企画・開発・マーケティングの基礎知識と成功の秘訣を講義形式とワークショップ形式で習得する。将来就職活動においてアピールできる。商品企画業務に従事した際は「消費者に満足や感動を与える商品やサービスの企画業務で高い遣り甲斐が得られる。」それをDP2のライフスタイルを提案するために必要な衣・食・住および地域活性化に関連する地域活性化に貢献もできる。

学修内容	到達目標
① 商品・サービスの企画の基礎 ② マーケティングの基礎 ③ 商品企画・マーケティング戦略の策定の実践（ワークショップ） ④ 商品開発におけるコミュニケーション・プレゼンの基礎 ⑤ 商品企画書の作成とプレゼンの実践 ⑥ (社) 販路コーディネータ協会の「商品プランナー」の資格試験	① 商品開発プロセス5つ、商品コンセプト3要素、ベネフィットを説明できる ② マーケティングとは、マーケティング4P戦略とは何か、を説明できる ③ 自分で開発テーマを決めて、商品アイデアを立案し、商品コンセプトを策定できる ④ 発想法を活用しグループで多様なアイデアを出し、まとめることができる ⑤ プレゼンテーションについて、何が重要かを説明できる ⑥ 「商品プランナー」の資格試験に合格する力を身につける

学生に発揮させる社会人基礎力の能力要素 **学生に求める社会人基礎力の能力要素の具体的行動事例**

前に踏み出す力	主体性	社会で求められる人材とは、自分で課題を探し解決策を立案し、自ら実現に向けた方策を考え行動する人である。その素養の是非が就職面接の成功ポイントでもある。その考え方や熱意と行動力が人生・仕事の愉しさにも繋がる。 ア. 人が困っている事や今後の社会問題に関心をもつ、常に意識している。 イ. 新しい知識は素直に聴いて、先ずはやってみるとのチャレンジ精神で取り組みることができる。 ウ. 新しい知識や人に興味を持ってワクワクしながら、自分で教科書・文献を使って自己学修をすることができる。
	働きかけ力	ア. 常に「明るく、愉しく、前向き」な発言ができる。 イ. 提言は自分の為だけでなく人々の幸せや社会をより良くすることも意識し発言できる。 ウ. お客様やチームメイトに対し、相手の気持ちになって考える意識と行動を心がける。
	実行力	ア. 「どうしたら出来るか？」のポジティブな思考と発言をする。 イ. 「先ずはやってみる」のチャレンジ精神と行動フットワークができる。 ウ. 学習・調査・検討は机上の想像と現場・現物も観察しながら行う。
考え抜く力	課題発見力	ア. 将来の社会問題や流行に興味を持って新聞やニュースを意識して見る。 イ. 色々な商品やサービスを観て触れて体験する習慣を心がける。 ウ. 売れる商品や売れない商品を見た際は、その要因を「なぜ・なぜ・なぜ」で考察してみる。 エ. 日常生活で困ったこと、愉しいと思ったことを直ぐにメモ等に記録する。
	計画力	ア. 「そんなアイデアは×」は言わない、思わない。変わったアイデアも大歓迎で他人の意見をバカにしない、自由な発想で愉しく、皆でアイデアを出し合うことができる。 イ. 最終の改善案は抽象的ではなく、より具体的な改善方法を考えることができる。 ウ. 実現する為にどうすれば良いのかを、とにかく書面に書き出すことができる。
	創造力	ア. 「そんなアイデアは×」は言わない、思わない。変わったアイデアも大歓迎で他人の意見をバカにしない、自由な発想で愉しく、皆でアイデアを出し合うことができる。 イ. 7つのアイデア発想法を使って、商品の改善アイデアを発想できるようになる。 ウ. 最終の改善案は抽象的ではなく、より具体的な改善方法を考えることができる。
チームで働く力	発信力	ア. アイデア出では「そんなアイデアは×」は言わない、思わない。「変わった」アイデアは大歓迎。先ずは質より量を出す意識で恥ずかしがらず、楽しみながら多数のアイデア発言ができる。 イ. 問題の解決策を発言する際は「できない理由ではなく、どうしたらできるか」のポジティブ発言ができる。
	傾聴力	ア. アイデア出し等のグループ演習の場面では「そんなアイデアは×」は言わない。「変わった」アイデアは大歓迎、他人の意見を途中で遮らないで最後まで聴く。 イ. アイデア出しの時は他人の意見をバカにしない、否定しないルールが守れる。 ウ. 他人の意見はただ耳で聞くのではなく、素直な心で聴く姿勢が実践できる。
	柔軟性	ア. 他人の意見が良いと感じたら、素直に認め褒めることができる。 イ. 問題解決策を発言する際は「できない理由ではなく、どうしたらできるか」のポジティブな思考と発言ができる。
	状況把握力	ア. 最初にチームのゴール（目標）を決めて、それをチームで共有することができる。 イ. 役割分担の際には、自分の役割とそのメット日を必ず確認する習慣を持てる。 ウ. 自分の役割以外にも、協力できることがあれば進言して協力することができる。
	規律性	ア. 無断欠席、遅刻、居眠り、私語など講義に支障をきたす行動をせず、授業が円滑に進行するようにルールを守ることができる。 イ. チームメイトを誹謗・中傷し、心身を傷つける行動・発言をしない基本ルールや人間関係のマナーを守ることができる。
	ストレスコントロール力	ア. 自分の強み（褒められる点）と弱み（注意される点）を5つ書き出して、自分の強みを常に意識することができる。 イ. 講義テーマの一つである「ポジティブ思考法」の内容を意識して実践することができる

テキスト及び参考文献

- ・ 必須テキスト「商品開発学 商品はこうしてつくる」小塩稻之 日本販路コーディネーター協会出版局 定価2,700円
- ・ 参考：「商品プランナー 事例問題集」 一般財団法人販路コーディネーター協会
- ・ 副教材：「商品開発士 用語集」 一般財団法人販路コーディネーター協会
- ・ 副教材：北川が作成した補足資料やワークショップフォーマットのプリント配布

他科目との関連、資格との関連

他科目との関連：「スタジオ入門」の流れを受けて、食を始め各種商品の人に喜ばれ売れる新商品の開発や既存商品改良の企画立案知識を通じて、「スタジオB（食開発）」等の食品開発・マネジメントの科目群の科目、並びに「スタジオC（地域活性化）」のビジネス・地域活性の科目群等へ繋がる。
資格との関連：商品プランナー（一社）日本販路コーディネータ協会（商品開発士会）

学修上の助言	受講生とのルール
1. どうせやるならA・T・M（明るく・愉しく・前向き）の日常意識 2. マーケティングや商品開発の知識は現社会では注目される新しい学問であり、社会において比較的誰もが同じスタートラインに居る。この機会に素直に学び、予習復習とその後の社会努力をすれば有益な専門家となりえる。 3. 新規学問であること、新規専門用語が多いので教科書は単位や試験合格にはテキストの所有とその予習復習は必須	・ 「商品プランナー」の資格取得にむけ、翌週の講義内容や専門用語の予習を行うこと。また、商品プランナー技能を修得するために行う調査・課題に主体的に取り組み、発表すること。 ・ 携帯電話の電源は切り、カバンにいれておくこと。 ・ 遅刻はしないこと。

【評価方法】

評価対象	評価方法		評価の割合	到達目標	各評価方法、評価にあたって重視する観点、評価についてのコメント				
学修成果	学期末試験	筆記（レポート含む）・実技・口頭試験	40	①	✓	⑥	✓	1) 評価方法 ・「商品プランナー」資格認定試験に準じた模擬試験を実施し、その得点で評価をする 2) 評価にあたって重視する観点 ・商品開発のプロセス、マーケティング、プレゼンテーションの基礎知識の理解 ・新しい学問知識を、週次の授業の受講姿勢と予習復習の内容と努力の結果は、必ず期末試験に点数で現れる。	
				②	✓				
				③	✓				
				④	✓				
				⑤	✓				
	平常評価	小テスト		20	①	✓	⑥	✓	・毎週の理解度チェックと記憶定着の目的の小テストの代わりに、各自の予習（テキスト上の専門用語の事前自習や重要ポイントのマーキング）、並びに復習（前授業やテキストにおける学び・気付き、重要ポイント）の課題レポート（自由記載で事前提出）を実施する。その提出是非、提出期限対応、内容により採点する
					②	✓			
					③	✓			
					④	✓			
					⑤	✓			
		レポート		20	①	✓	⑥	✓	・トレンド発掘シートの作成（各自） 0～10点 評価：トレンドのキーワード、今後の予測、自社テーマへの影響、開発テーマり ・商品企画書（構想）『開発計画・商品コンセプト1次提案書』の作成 0～10点 評価：これまでの授業の内容を踏まえ、 1. 商品テーマ・名称の工夫 2. 明確なターゲット設定 3. アイデア・仕様が顧客視点の度合い、ユニーク度合い？ 顧客視点のベネフィット（一番の売り）が明確か？ 4. 競合他社の仮説とその差異化優位性の明確化
					②	✓			
					③	✓			
					④	✓			
					⑤				
成果発表（プレゼンテーション・作品制作等）		10	①	✓	⑥	✓	・企画書を作成。並びに時間があればプレゼンテーションを実施 評価：売れる商品企画のPointを掴んでいるか ・顧客ターゲットのニーズを掴んでいるか ・独自ユニークな着眼点やアイデアで新規性・独自性 ・プレゼンテーションの重要点をつかんでいるか		
			②	✓					
			③	✓					
			④						
			⑤	✓					
学修行動	社会人基礎力（学修態度）	10	①	✓	⑥	✓	<ul style="list-style-type: none"> ☑主体性 ・明るく愉しく前向きなポジティブ思考で自主的に学習を実行しているか ☑実行力 ・不明点があるときは積極的に教員に質問しているか ・演習や課題へチャレンジ精神で行動しているか ☑課題発見力 ・消費者視点と現場、現物を重視して物事を観察し行動しているか ☑創造力・柔軟性 ・柔軟な発想と消費者目線で、売れる商品を企画する意図があるかどうか ☑計画性 ・アイデア出すだけでなく、それを実現する為の計画を書面にかいているかどうか ☑発信力 ・教員からの問いかけや課題発表において積極的に発言しているかどうか ☑傾聴力・柔軟性 ・班員との意見交換を活発に行い、相手の考えを理解しようとしているか ☑規律性 ・チームワークを重んじているかどうか 		
			②	✓					
			③	✓					
			④	✓					
			⑤	✓					
総合評価割合			100						

【到達目標の基準】

到達レベルS(秀)及びA(優)の基準	到達レベルB(良)及びC(可)の基準
<p>S(秀)：商品開発のプロセス、マーケティング、プレゼンテーションの基礎知識を完璧に修得している（模擬試験80%以上）。調査した内容や作成した資料は指示通り以上のもので柔軟な新しい発想で顧客視点で深く考察できている。資料や発表では十分ポイントを理解した上で客観的かつ論理的、より具体性のある提案や説得力ある企画書やプレゼンができています。</p> <p>A(優)：商品開発のプロセス、マーケティング、プレゼンテーションの専門知識を修得している（模擬試験70%以上80%未満）。調査した内容や作成した資料は柔軟な発想で顧客視点で考察された指示通り以上のものである。資料や発表では客観的に内容の理解と説明ができています。</p>	<p>B(良)：商品開発のプロセス、マーケティング、プレゼンテーションの専門知識について60%程度を習得（模擬試験60%以上70%未満）、一部修得できていないものがある。調査した内容や作成した資料の要点は抑えられていて、ほぼ理解できていると推察できる。資料や発表では、客観的な内容の企画書や説明ができています。</p>

週	学修内容	授業の実施方法	到達レベルC(可)の基準	予習・復習	時間(分)	能力名
1	I 商品・サービス企画の基礎： 新商品開発の基本（1章）、 商品開発のプロセス（2章）を理解する。	1. 商品プランナーとは？ 何に役立つ？ 概要説明 2. 自分の脳タイプを知ろう！ 個人ワーク 3. 本文講義	下記4点を理解している。 1. 商品開発の目標とセグメンテーションの関係 2. ウォンツとニーズの違い 3. PDCAの4ステップ意味 4. 商品開発のプロセス5つの確認	「商品開発学」テキストは必須です。学校指示の期限までに教務課へ注文すること。教育教材は期限を超過すると市場で入手困難となります。 (予習) 無限の可能性への道、シラバス、教科書p(11-17)を読み本時の授業に臨む。不明な専門用語は事前に調べておく。 (復習) 第1週の授業要点について復習をして、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する。	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 規律性
2	I 商品・サービス企画の基礎： ・商品開発のプロセス（2章） ・市場調査とデザイン志向（3章）を理解する。	1. 講義 2. 演習（最近のトピックスからトレンドを把握）	下記5点を理解している。 1. デザインの役割 2.トレンド発見ポイント(1) 3.トレンドを創る層は 4.トレンド発見ポイント(2) 5.開発テーマ設定2つ準備	(予習)教科書p(11-18-31)を読み、本時の授業に臨む、不明な専門用語は事前に調べておく。 (復習)第2週の授業要点について復習をしておく。演習の残りを完成させておく。学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する。	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
3	トレンド発掘シートの完成、 と開発テーマ案を決める	1. 個人発表 2. 演習① 3. 講義 4. 演習②	・トレンド発掘の個人シートをGrp内で個人発表 ・Grp内で各個人発表の良い点と助言を提言 ・Grp内発表を踏まえトレンド発掘シートを修正改良 ・開発テーマ3案を選出し、開発計画書を書いた	(予習)2週の演習で配布したトレンド発掘シートを完成させて、第3週の初めにグループ内で個人作成シートの発表(5分)を行う準備をしておく。不明な専門用語は事前に調べておく。 (復習)第3週の授業要点について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する。	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
4	I 商品・サービス企画の基礎： 商品開発のコンセプトメイキング（4章） 1. 商品コンセプト段階の調査・情報収集	1. 講義 2. 演習	下記4点を理解している。 1. 商品開発計画策定で留意する点 2. フィールドワーク（現場・現物）の重要性 3. 消費者目線の日常から問題を発見する手法	(予習)教科書p(32-40)とプリントを読み、不明な専門用語は事前に調べておく。 (復習)第4週の授業要点について復習をしておく。演習の残課題があれば行う。学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する。	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
5	I 商品・サービス企画の基礎： 商品開発のコンセプトメイキングの事例1（5章） 1. テーマ設定の理解と実践 2. ブレンストーミング（BS発想法）とKJ法の理解と実践	1. 講義 2. Grp演習 3. Grp発表	・ブレンストーミングの4原則ルールが言える ・KJ法4ステップが言える ・上記手法を活用しグループで協力し合い時間内に商品企画テーマを決めて発表	(予習)4週に配布された市場調査レポートを作成させておく（市場の状況と消費者目線の困ったを記載） また教科書p(41-44、137-140)とプリントを読み、不明な専門用語は事前に調べておく。 (復習)第5週の授業要点について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する。	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 柔軟性
6	I 商品・サービス企画の基礎： 商品開発のコンセプトメイキングの事例2（6章） ・商品コンセプトをつくる	1. 講義 2. Grp演習	1. 商品コンセプトの3要素が直ぐ言える 2. 顧客ターゲット想定の詳細度が理解できた 3. ペルソナを利用する3つのメリットが言える	(予習)教科書p(45-54)とプリントを読み、不明な専門用語は事前に調べておく。 (復習)授業要点について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出	120	主体性 実行力 課題発見力 計画力 創造力 発信力 傾聴力
7	I 商品・サービス企画の基礎： 商品開発のコンセプトメイキングの事例2（6章） ・アイデア出し① 個人オズボーンの「アイデアをひねり出すための7つの切り口」 ・アイデア出し② Grp覚醒BS法、635法	1. 講義 2. 個人演習またはGrp演習	・コンセプトのシーン欄記入 ・オズボーン「アイデアをひねり出すための7つの切り口」を実践 ・グループ演習でBS4原則を守って自由闊達なアイデア出し	◆予習：教科書p(149-150)を読み、不明な専門用語は事前に調べておく。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆復習：授業について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 柔軟性
8	II マーケティングの基礎： ・第1章 商品開発モノづくりとコトづくり ・商品コンセプトを完成させる	1. 講義 2. 各自ワーク	・モノとコト、ニーズとウォンツの違い、マーケティングとセリングの違いを理解している ・3つのベネフィット、3つの機能性ベネフィットが言える ・顧客志向マーケティングの重要性を理解	◆予習：教科書p(71-76)を読み、不明な専門用語は事前に調べておく。重要と考察するテキスト文章に下線引きしておく ◆復習：授業について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する	120	主体性 実行力 課題発見力 計画力 創造力 柔軟性 状況把握力

能力名：主体性 働きかけ力 実行力 課題発見力 計画力 創造力 発信力 傾聴力 柔軟性 状況把握力 規律性 ストレスコントロール力

週	学修内容	授業の実施方法	到達レベルC(可)の基準	予習・復習	時間(分)	能力名
9	Ⅱ マーケティングの基礎： ・第2章 商品開発 マーケティングの基礎	講義	以下が答えられる ・マーケティングとは？ ・マーケティングとセリングの違い ・ PUSH戦略とプル戦略の違い ・ベネフィットとは？ その3階層 ・マーケティングプロセスの順番、FABEの意味	◆予習：7週に配布したアイデアシートにアイデアを記入し9週目のグループ演習で活用 ◆予習：教科書p(77-83)を読み、不明な専門用語は事前に調べておく。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆復習：授業について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出	120	主体性 実行力 課題発見力 計画力 創造力 発信力 傾聴力
10	I 商品・サービス企画の基礎：P55-70 ・第7章 商品開発ネーミング ・第8章 商品開発パッケージ ・第9章 商品開発デザインを理解する。	1. 講義	ネーミングの企画、パッケージ、デザイン機能について理解し、言える。	◆予習：教科書p(55-70)を読み、不明な専門用語は事前に調べておく。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆復習：授業について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 柔軟性
11	Ⅱ マーケティングの基礎：P84-96 ・第3章 商品開発 マーケティングミックス 1~6	1. 講義	以下を4点を理解し答えられる ・4Pと4Cとは ・商品の3段階とは ・商品ライフサイクルの各ステージ名 ・プロモーション・ミックスとは	◆予習：教科書p(84-96)を読み、不明な専門用語は事前調べ。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆復習：授業について復習する。学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出 ◆企画書の作成残課題分を終了させる	180	主体性 実行力 課題発見力 計画力 創造力 状況把握力
12	Ⅱ マーケティングの基礎：P104-112 ・第3章 商品開発マーケティングミックス 6~8 ・(第4章 マーケティングの活用事例はなし)各自テキスト読み復習 ・第5章 メーカー視点の販促促進策の事例 ・第6章 店頭マーケティングとその事例 ・第7章 メディアとイベント	1. 講義	以下を理解し、答えられる 1. 3C分析の3Cとは 2. SWOT分析のSWOTとは 3. 4つの基本戦略とは 4. ISMとは	◆予習：11週までの授業をふまえて企画書の作成 ◆教科書p(96-98、104-112)を読み、不明な専門用語は事前調べ。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆復習：授業要点について復習をしておく、学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出 ◆レポート『開発計画・商品コンセプト1次提案書』を作成し、切までに提出(第14・15の成果発表兼プレゼンで利用)	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
13	Ⅲ商品開発におけるコミュニケーション・プレゼンテーションの基礎：P113-124 ・第1章 商品開発ビジネスの基礎 ・第2章 商品開発コミュニケーションの基礎 ・第3章 商品開発ビジネスコミュニケーションスキル ・第4章 プレゼンテーションの基礎	1. 講義	以下を理解し答えられること 1. コミュニケーション力を高める重要性 2. ビジネス人のコアスキル図 3. ジョハリの窓、4つが言える 4. 4つの交渉の種類 5. ビジネスコミュニケーションに重要な基本姿勢の項目 6. プレゼンテーションとは 7. プレゼンテーションのポイントとは 8. プレゼン資料の作成ポイント	◆予習：教科書p(113-125)を読み、不明な専門用語は事前に調べておく。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆レポート作成『開発計画・商品コンセプト1次提案書』を13週の授業内容を踏まえ改善し、切までに提出(成果発表兼プレゼンで利用) ◆復習：授業要点について復習する。学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出	120	主体性 実行力 課題発見力 創造力 発信力 傾聴力 規律性
14	Ⅲ商品開発におけるコミュニケーション・プレゼンテーションの基礎：P124-129 ・プレゼンテーションの基礎(4章) ・アイドマ理論によるプレゼンテーションスキル(5章) ・成果発表兼プレゼンテーション実践(受講者人数が30名超の場合は14週目後半から開始)	1. 講義 2. 受講者人数が30名超の場合は14週目からプレゼンテーション兼成果発表を実践	以下の理解と答えられる 1. プレゼンテーションで重要な事は？ 2. プレゼンテーションのポイントとは 3. プレゼンテーションの3要素とは 4. プレゼンテーションの成否を決める3つの要素 5. プレゼンテーターに求められる4つの要素 6. 成果発表兼プレゼンテーション実践では上記1~5.を理解し、壇上で決められた時間内に対象に対し、商品化検討してみたいと動機付けられるか否か	◆予習：教科書p(124-129)を読み、不明な専門用語は事前に調べておく。重要と考察するテキスト文章に下線引き ◆14週目の成果発表者は時間内にプレゼンを終える様にリハーサル練習 ◆復習：授業について復習する。学び・気付き・重要ポイントをドキュメントへ記載して提出する。	120	主体性 働きかけ力 実行力 課題発見力 発信力 傾聴力 柔軟性 状況把握力 規律性 ストレスコントロール力
15	成果発表兼プレゼンテーション実践(受講者人数が30名を超える場合は14週目の後半から開始)	商品プランナーのこれまでの授業内容を踏まえ、商品計画書(企画提案書)を作成し、壇上でプレゼンテーション(発表・答申)を実施する	以下の理解 1. プレゼンテーションで重要な事は？ 2. プレゼンテーションのポイントとは 3. プレゼンテーションの3要素とは 4. プレゼンテーションの成否を決める3つの要素 5. プレゼンテーターに求められる4つの要素 6. 成果発表兼プレゼンテーション実践では上記1~5.を理解し、壇上で決められた時間内に対象に対し、商品化検討してみたいと動機付けられるか否か	◆レポート作成『開発計画・商品コンセプト1次提案書』を13週の授業内容を踏まえ改善し、切までに提出(成果発表兼プレゼン利用) ◆予習：成果発表・プレゼンのリハーサル 成果発表者は時間内にプレゼンを終える様にリハーサル練習 ◆復習：期末試験に向け過去授業における重点ポイントを中心にテキストを重読みする。	240	主体性 計画力 発信力 状況把握力 規律性 ストレスコントロール力

能力名：主体性 働きかけ力 実行力 課題発見力 計画力 創造力 発信力 傾聴力 柔軟性 状況把握力 規律性 ストレスコントロール力