

平成 29 年度シラバス (水産流通)

学番 78 新潟県立海洋高等学校

教科 (科目)	水産 (水産流通)	単位数	2 単位	学科 (コース)	2 学年 (食品科学コース)
使用教科書	水産流通 (文部科学省)				
副教材等	なし				

1 学習目標

水産物流通に関する知識と技術を修得させ、安全かつ合理的な水産物の流通を行う能力と態度を育てる。

2 指導の重点

- ① 水産物流通の仕組みとその実務について理解する。
- ② 水産物のマーケティングについて理解し、売れる仕組みづくりを実践できる力を身につける。

3 指導計画

月	単元名	教材	学習活動 (指導内容)	時間	評価方法
4	水産物流通の概要	○流通の起源 ○世界の漁業生産と消費	○水産物流通の意義と沿革および展望について理解する。	6	授業の取組 定期考査
5	水産物の流通	○各種水産物の流通機構 ○各種水産物の価格形成	○鮮魚の流通機構や価格形成について理解する。 ○活魚の流通機構や価格形成について理解する。	12	授業の取組 レポート 定期考査 小テスト
6	中間考査		○水産加工品の流通機構や6次産業化、価格形成について理解する。 ○輸出入水産物の流通機構や世界的な水産物需給、価格形成について理解する。		
	期末考査				
7	水産物流通の技術と管理	○低温流通技術 ○物流における HACCP ○新しい流通技術	○冷蔵・冷凍等温度管理技術や輸送、保管技術及び水産物の取扱いに関して理解する。 ○水産物の生産から消費に至る各段階における、危害分析重要管理点管理 (HACCPシステム) など国際的な衛生基準等を取り扱い、水産食品の品質管理について理解する。 ○食品トレーサビリティシステムに利用されている電子タグや二次元コード、販売時点情報管理 (POS) システム、電子発注システム、インターネットによる電子商取引などについて理解する。	16	授業の取組 レポート 定期考査 小テスト
9					
10	水産物の流通機構	○各種流通業者 ○貿易	○卸売業の機能や水産物特有の卸売業の種類と役割及び水産卸売市場の種類や仕組みについて理解する。	16	授業の取組 レポート等 定期考査 小テスト
11	中間考査		○小売業の機能や種類と役割、また、		

	期末考査		小売業の組織化や販売形態の変化に伴う流通経路の変化について理解する。 ○水産物輸出入業の機能や輸出入業者の種類と役割、貿易手続の流れや関税、各種運賃や保険、代金決済、必要書類等の貿易実務の基礎的な内容を理解する。		
12 1 2 3	水産物のマーケティング 学年末考査	○マーケティングの4P ○マーケティングの実践	○消費者のニーズや行動を知るために行う市場調査(マーケティング・リサーチ)について、調査方法や対象・分析法などを扱い、売れる商品開発に必要な品質・デザインなど製品戦略について理解する。 ○水産物の特性を踏まえ、価格と購買心理の関係や流通戦略の基本を理解させ、広告・人的販売など水産物の販売促進活動について理解する。	14	授業の取組 POP作成 定期考査 小テスト

計 64 時間 (55 分授業)

4 課題・提出物等

- 市場見学や HACCP プラン等に関するレポート。
- 販売促進で活用する POP 広告やプレスリリース文書。

5 評価の規準と評価方法

評価は次の4観点から行う。

関心・意欲・態度	思考・判断・表現	技能	知識・理解
水産物流通に関心を持ち、自ら進んで授業に参加しようとしている。	製品戦略を理解して、自分の考えを発表することができる。効果的な販売促進方法を計画することができる。	消費者のニーズや対象を考慮して、適切な広告物を作成したり、消費者の認知を増やしたりする技能を身につけようとしている。	水産物のマーケティング、水産物の流通概要、流通機構、価格形成等について理解している。

以上の観点を踏まえ

- 授業への取組状況 (授業態度、出席状況、学習参加状況)
 - 各種レポート、成果物の内容
 - 小テスト、定期考査
- などから総合的に評価します。

6 評価の規準と評価方法

水産資源に恵まれている地域で高品質な商品を開発しても、売れなければその企業とその地域の発展にはつながりません。この科目では、水産物を中心とする流通機構を学びながら、最終的に「売れる仕組みづくり」を構築する理論を理解し、実践できる基本的な技能を身に付けます。3年生で取り組む「シーフードカンパニー能水商店」のマーケティング活動につなげるためにも意欲的に学習して下さい。(担当：松本将史)