

科目名	データマーケティングIA							学期	前期
担当教員	清水	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	ビッグデータの分析や活用方法をPOSデータやドルフィンアイ、RESASなどを用いて学ぶ。								
学習目標	マーケティングの基礎知識を習得し、専門用語が理解できる。基本的手法や技法を、具体的事例に当て嵌めて考えることができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講座の進め方と受講の心構えについて ・講座の目的とゴール（販売業を機軸にDMの基本を学ぶ） ・用語の説明 ・データマーケターとは 								
2	<p>ビッグデータとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータとは ・ビッグデータの利用・背景・活用 ・小売業を取り巻く環境の変化 								
3	<p>データ活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ活用のステップ ・データの種類（自社データ・公的データ・民間データ） ・データから何が読み取れるか？データの見方の視点 ・RESAS、ウレコンの使い方 								
4	<p>エクセルハンズオン① グラフの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データマーケティングに必要なEXCEL操作（グラフ作成） ・グラフの種類とそれぞれの使い方を知る ・〈PW〉ウレコンの表を選びグラフが何を示しているかをパートナーに説明する。 								
5	<p>実習①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈ワーク&GW〉ウレコン、ドルフィンアイを使用する。 ドルフィンアイから、データをダウンロードする。 折れ線グラフを作成し、その折れ線グラフから読み取れることをグループで協議、共有して全体に発表する 								
6	<p>エクセルハンズオン② 散布図と相関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・散布図の作り方 ・相関係数の意味 ・相関と因果 ・〈ワーク〉ドルフィンアイからダウンロードしたデータで相関係数を出して、2つの事項に相関があるか判断する 								
7	<p>企画提案のための思考法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者への共感から問題の理解 ・問題解決のためのアイデア出し（ブレインストーミング） ・試作品の提出とフィードバックの収集 								
8	<p>データ活用と各業界</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データの利用といろいろな業界を紹介する。 ・小売をベースに講座が進行しているが、その他の業界でもデータ活用がこれからのマーケティングの基礎になることを知る。 ・フィールドワーク（宿題）の説明 								
9	<p>POSデータ①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータとはなにか ・POSデータ分析の重要性 ・〈ワーク〉ロコサイトとPOSデータ ・POSデータの分析の方法と準備 								
10	<p>POSデータ②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータの比較 ・POSデータから見えること① ・〈PW〉POSデータのサンプルからどの数字に注目するか？ 								
11	<p>POSデータ③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータから見えること② ・〈PW〉折れ線グラフから何が読み取れるか？ ・売上げと価格 								
12	<p>フィールドワークの発表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に課題として与えておいた近所のドラッグストアやスーパーの調査（どんなものが売っているか？どんな売り場構成をしているか？競合店舗はあるか？など）を発表する。 								
13	<p>実習②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析してグラフ作り、売れ行きのよいカテゴリはなにかを見つける。グループ内で協議・共有して、そのカテゴリを見つけたポイントや特徴はなにかを発表する。 								
14	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 								
15	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 								
	評価項目/割合				評価内容				
評価基準	1. 課題 30%				ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。				
	2. 授業姿勢 30%				出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。				
	3. テストその他 40%				プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験				
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	データマーケティングIA							学期	前期
担当教員	渡辺	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	ビッグデータの分析や活用方法をPOSデータやドルフィンアイ、RESASなどを用いて学ぶ。								
学習目標	マーケティングの基礎知識を習得し、専門用語が理解できる。基本的手法や技法を、具体的事例に当て嵌めて考えることができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講座の進め方と受講の心構えについて ・講座の目的とゴール（販売業を機軸にDMの基本を学ぶ） ・用語の説明 ・データマーケターとは 								
2	<p>ビッグデータとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータとは ・ビッグデータの利用・背景・活用 ・小売業を取り巻く環境の変化 								
3	<p>データ活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ活用のステップ ・データの種類（自社データ・公的データ・民間データ） ・データから何が読み取れるか？データの見方の視点 ・RESAS、ウレコンの使い方 								
4	<p>エクセルハンズオン① グラフの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データマーケティングに必要なEXCEL操作（グラフ作成） ・グラフの種類とそれぞれの使い方を知る ・〈PW〉ウレコンの表を選びグラフが何を示しているかをパートナーに説明する。 								
5	<p>実習①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈ワーク&GW〉ウレコン、ドルフィンアイを使用する。 ドルフィンアイから、データをダウンロードする。 折れ線グラフを作成し、その折れ線グラフから読み取れることをグループで協議、共有して全体に発表する 								
6	<p>エクセルハンズオン② 散布図と相関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・散布図の作り方 ・相関係数の意味 ・相関と因果 ・〈ワーク〉ドルフィンアイからダウンロードしたデータで相関係数を出して、2つの事項に相関があるか判断する 								
7	<p>企画提案のための思考法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者への共感から問題の理解 ・問題解決のためのアイデア出し（ブレインストーミング） ・試作品の提出とフィードバックの収集 								
8	<p>データ活用と各業界</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データの利用といろいろな業界を紹介する。 ・小売をベースに講座が進行しているが、その他の業界でもデータ活用がこれからのマーケティングの基礎になることを知る。 ・フィールドワーク（宿題）の説明 								
9	<p>POSデータ①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータとはなにか ・POSデータ分析の重要性 ・〈ワーク〉ロコミサイトとPOSデータ ・POSデータの分析の方法と準備 								
10	<p>POSデータ②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータの比較 ・POSデータから見えること① ・〈PW〉POSデータのサンプルからどの数字に注目するか？ 								
11	<p>POSデータ③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータから見えること② ・〈PW〉折れ線グラフから何が読み取れるか？ ・売上げと価格 								
12	<p>フィールドワークの発表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に課題として与えておいた近所のドラッグストアやスーパーの調査（どんなものが売っているか？どんな売り場構成をしているか？競合店舗はあるか？など）を発表する。 								
13	<p>実習②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析してグラフ作り、売れ行きのよいカテゴリはなにかを見つける。グループ内で協議・共有して、そのカテゴリを見つけたポイントや特徴はなにかを発表する。 								
14	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 								
15	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 								
	評価項目/割合				評価内容				
評価基準	1. 課題 30%				ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。				
	2. 授業姿勢 30%				出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。				
	3. テストその他 40%				プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験				
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	データマーケティング I A							学期	前	期
担当教員	渡辺	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。									
授業内容	ビッグデータの分析や活用方法をPOSデータやドルフィンアイ、RESASなどを用いて学ぶ。									
学習目標	マーケティングの基礎知識を習得し、専門用語が理解できる。基本的手法や技法を、具体的事例に当て嵌めて考えることができる。									
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編									
週数	授業計画									
1	オリエンテーション ・講座の進め方と受講の心構えについて ・講座の目的とゴール（販売業を機軸にDMの基本を学ぶ） ・用語の説明 ・データマーケターとは									
2	ビッグデータとは ・ビッグデータとは ・ビッグデータの利用・背景・活用 ・小売業を取り巻く環境の変化									
3	データ活用 ・データ活用のステップ ・データの種類（自社データ・公的データ・民間データ） ・データから何が読み取れるか？データの見方の視点 ・RESAS、ウレコンの使い方									
4	エクセルハンズオン① グラフの作成 ・データマーケティングに必要なEXCEL操作（グラフ作成） ・グラフの種類とそれぞれの使い方を知る ・〈PW〉ウレコンの表を選びグラフが何を示しているかをパートナーに説明する。									
5	実習① ・〈ワーク&GW〉ウレコン、ドルフィンアイを使用する。 ドルフィンアイから、データをダウンロードする。 折れ線グラフを作成し、その折れ線グラフから読み取れることをグループで協議、共有して全体に発表する									
6	エクセルハンズオン② 散布図と相関 ・散布図の作り方 ・相関係数の意味 ・相関と因果 ・〈ワーク〉ドルフィンアイからダウンロードしたデータで相関係数を出して、2つの事項に相関があるか判断する									
7	企画提案のための思考法 ・利用者への共感から問題の理解 ・問題解決のためのアイデア出し（ブレインストーミング） ・試作品の提出とフィードバックの収集									
8	データ活用と各業界 ・データの利用といろいろな業界を紹介する。 ・小売をベースに講座が進行しているが、その他の業界でもデータ活用がこれからのマーケティングの基礎になることを知る。 ・フィールドワーク（宿題）の説明									
9	POSデータ① ・POSデータとはなにか ・POSデータ分析の重要性 ・〈ワーク〉ロコミサイトとPOSデータ ・POSデータの分析の方法と準備									
10	POSデータ② ・POSデータの比較 ・POSデータから見えること① ・〈PW〉POSデータのサンプルからどの数字に注目するか？									
11	POSデータ③ ・POSデータから見えること② ・〈PW〉折れ線グラフから何が読み取れるか？ ・売上げと価格									
12	フィールドワークの発表 ・事前に課題として与えておいた近所のドラッグストアやスーパーの調査（どんなものが売っているか？どんな売り場構成をしているか？競合店舗はあるか？など）を発表する。									
13	実習② ・〈GW〉サンプルデータを分析してグラフ作り、売れ行きのよいカテゴリはなにかを見つける。グループ内で協議・共有して、そのカテゴリを見つけたポイントや特徴はなにかを発表する。									
14	実習③ ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。									
15	実習③ ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。									
	評価項目/割合					評価内容				
評価基準	1. 課題 30%					ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。				
	2. 授業姿勢 30%					出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。				
	3. テストその他 40%					プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験				
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・課外授業実施予定・その他										

科目名	データマーケティングIA							学期	前 期
担当教員	渡辺	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	ビッグデータの分析や活用方法をPOSデータやドルフィンアイ、RESASなどを用いて学ぶ。								
学習目標	マーケティングの基礎知識を習得し、専門用語が理解できる。基本的手法や技法を、具体的事例に当て嵌めて考えることができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講座の進め方と受講の心構えについて ・講座の目的とゴール（販売業を機軸にDMの基本を学ぶ） ・用語の説明 ・データマーケターとは 								
2	<p>ビッグデータとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータとは ・ビッグデータの利用・背景・活用 ・小売業を取り巻く環境の変化 								
3	<p>データ活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ活用のステップ ・データの種類（自社データ・公的データ・民間データ） ・データから何が読み取れるか？データの見方の視点 ・RESAS、ウレコンの使い方 								
4	<p>エクセルハンズオン① グラフの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データマーケティングに必要なEXCEL操作（グラフ作成） ・グラフの種類とそれぞれの使い方を知る ・〈PW〉ウレコンの表を選びグラフが何を示しているかをパートナーに説明する。 								
5	<p>実習①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈ワーク&GW〉ウレコン、ドルフィンアイを使用する。 ドルフィンアイから、データをダウンロードする。 折れ線グラフを作成し、その折れ線グラフから読み取れることをグループで協議、共有して全体に発表する 								
6	<p>エクセルハンズオン② 散布図と相関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・散布図の作り方 ・相関係数の意味 ・相関と因果 ・〈ワーク〉ドルフィンアイからダウンロードしたデータで相関係数を出して、2つの事項に相関があるか判断する 								
7	<p>企画提案のための思考法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者への共感から問題の理解 ・問題解決のためのアイデア出し（ブレインストーミング） ・試作品の提出とフィードバックの収集 								
8	<p>データ活用と各業界</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データの利用といろいろな業界を紹介する。 ・小売をベースに講座が進行しているが、その他の業界でもデータ活用がこれからのマーケティングの基礎になることを知る。 ・フィールドワーク（宿題）の説明 								
9	<p>POSデータ①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータとはなにか ・POSデータ分析の重要性 ・〈ワーク〉ロコミサイトとPOSデータ ・POSデータの分析の方法と準備 								
10	<p>POSデータ②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータの比較 ・POSデータから見えること① ・〈PW〉POSデータのサンプルからどの数字に注目するか？ 								
11	<p>POSデータ③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータから見えること② ・〈PW〉折れ線グラフから何が読み取れるか？ ・売上げと価格 								
12	<p>フィールドワークの発表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に課題として与えておいた近所のドラッグストアやスーパーの調査（どんなものが売っているか？どんな売り場構成をしているか？競合店舗はあるか？など）を発表する。 								
13	<p>実習②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析してグラフ作り、売れ行きのよいカテゴリはなにかを見つける。グループ内で協議・共有して、そのカテゴリを見つけたポイントや特徴はなにかを発表する。 								
14	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 								
15	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 								
	評価項目/割合				評価内容				
評価基準	1. 課題 30%				ワークシート等の状況の評価する。 レポート等の状況の評価する。				
	2. 授業姿勢 30%				出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。				
	3. テストその他 40%				プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験				
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	データマーケティングIA							学期	前	期	期
担当教員	渡辺	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1		
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。										
授業内容	ビッグデータの分析や活用方法をPOSデータやドルフィンアイ、RESASなどを用いて学ぶ。										
学習目標	マーケティングの基礎知識を習得し、専門用語が理解できる。基本的手法や技法を、具体的事例に当て嵌めて考えることができる。										
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編										
週数	授業計画										
1	<p>オリエンテーション</p> <ul style="list-style-type: none"> ・講座の進め方と受講の心構えについて ・講座の目的とゴール（販売業を機軸にDMの基本を学ぶ） ・用語の説明 ・データマーケターとは 										
2	<p>ビッグデータとは</p> <ul style="list-style-type: none"> ・ビッグデータとは ・ビッグデータの利用・背景・活用 ・小売業を取り巻く環境の変化 										
3	<p>データ活用</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データ活用のステップ ・データの種類（自社データ・公的データ・民間データ） ・データから何が読み取れるか？データの見方の視点 ・RESAS、ウレコンの使い方 										
4	<p>エクセルハンズオン① グラフの作成</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データマーケティングに必要なEXCEL操作（グラフ作成） ・グラフの種類とそれぞれの使い方を知る ・〈PW〉ウレコンの表を選びグラフが何を示しているかをパートナーに説明する。 										
5	<p>実習①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈ワーク&GW〉ウレコン、ドルフィンアイを使用する。 ドルフィンアイから、データをダウンロードする。 折れ線グラフを作成し、その折れ線グラフから読み取れることをグループで協議、共有して全体に発表する 										
6	<p>エクセルハンズオン② 散布図と相関</p> <ul style="list-style-type: none"> ・散布図の作り方 ・相関係数の意味 ・相関と因果 ・〈ワーク〉ドルフィンアイからダウンロードしたデータで相関係数を出して、2つの事項に相関があるか判断する 										
7	<p>企画提案のための思考法</p> <ul style="list-style-type: none"> ・利用者への共感から問題の理解 ・問題解決のためのアイデア出し（ブレインストーミング） ・試作品の提出とフィードバックの収集 										
8	<p>データ活用と各業界</p> <ul style="list-style-type: none"> ・データの利用といろいろな業界を紹介する。 ・小売をベースに講座が進行しているが、その他の業界でもデータ活用がこれからのマーケティングの基礎になることを知る。 ・フィールドワーク（宿題）の説明 										
9	<p>POSデータ①</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータとはなにか ・POSデータ分析の重要性 ・〈ワーク〉ロコサイトとPOSデータ ・POSデータの分析の方法と準備 										
10	<p>POSデータ②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータの比較 ・POSデータから見えること① ・〈PW〉POSデータのサンプルからどの数字に注目するか？ 										
11	<p>POSデータ③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・POSデータから見えること② ・〈PW〉折れ線グラフから何が読み取れるか？ ・売上げと価格 										
12	<p>フィールドワークの発表</p> <ul style="list-style-type: none"> ・事前に課題として与えておいた近所のドラッグストアやスーパーの調査（どんなものが売っているか？どんな売り場構成をしているか？競合店舗はあるか？など）を発表する。 										
13	<p>実習②</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析してグラフ作り、売れ行きのよいカテゴリはなにかを見つける。グループ内で協議・共有して、そのカテゴリを見つけたポイントや特徴はなにかを発表する。 										
14	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 										
15	<p>実習③</p> <ul style="list-style-type: none"> ・〈GW〉サンプルデータを分析して売り場に何を置いたらよいかを選定し、全体に発表する。他グループの差を見つけ、選定方法や方針の違いについてディスカッションを行なう。 										
	評価項目/割合					評価内容					
評価基準	1. 課題	30%	ワークシート等の状況を評価する。レポート等の状況を評価する。								
	2. 授業姿勢	30%	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。								
	3. テストその他	40%	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験								
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。											
目標検定・課外授業実施予定・その他											

科目名	データマーケティング I A							学期	前 期
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	2
学習目的	データマーケティングの基本的な知識・技能を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	・オリエンテーション ・ビッグデータとは								
2	・データ活用 ・エクセルハンズオン① グラフの作成								
3	・実習① ・エクセルハンズオン② 散布図と相関								
4	・企画提案のための思考法 ・データ活用と各業界								
5	・POSデータ① ・POSデータ②								
6	・POSデータ③ ・フィールドワークの発表								
7	・実習② ・実習③								
8	・マーケティングの基礎① ・ID-POSデータ I D								
9	・ID-POSデータ② ・ID-POSデータ③								
10	・マーケティングの基礎② ・ID-POSデータ④								
11	・実習④ ・外部データの利用①								
12	・外部データの利用① ・外部データの利用②								
13	・実習⑤ ・マーケティングの基礎③								
14	・課題発見と提案① ・課題発見と提案②								
15	・課題発見と提案③								
	評価項目/割合	評価内容							
評価基準	1. 課題 40%	提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献							
	2. 授業姿勢 30%	出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無							
	3. テスト等 30%	テスト							
		課題・テスト（その他検定など）はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。							
目標検 定・課外 授業実施 予定・そ	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	データマーケティング I A						学期	前 期	
担当教員	三宅 可倫	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	2
学習目的	データマーケティングの基礎的な知識・技能を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	・オリエンテーション ・ビッグデータとは								
2	・データ活用 ・エクセルハンズオン① グラフの作成								
3	・実習① ・エクセルハンズオン② 散布図と相関								
4	・企画提案のための思考法 ・データ活用と各業界								
5	・POSデータ① ・POSデータ②								
6	・POSデータ③ ・フィールドワークの発表								
7	・実習② ・実習③								
8	・マーケティングの基礎① ・ID-POSデータ I D								
9	・ID-POSデータ② ・ID-POSデータ③								
10	・マーケティングの基礎② ・ID-POSデータ④								
11	・実習④ ・外部データの利用①								
12	・外部データの利用① ・外部データの利用②								
13	・実習⑤ ・マーケティングの基礎③								
14	・課題発見と提案① ・課題発見と提案②								
15	・課題発見と提案③								
	評価項目/割合			評 価 内 容					
評 価 基 準	1. 課 題 40 %			提出物の内容、期限内提出、協働作業時の貢献					
	2. 授業姿勢 30 %			出席率、受講マナー、聞き方、質問・発言、忘れ物の有無					
	3. テスト等 30 %			テスト					
課題・テスト（その他検定など）はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検 定・課外 授業実施 予定・そ	外部関係部署との調整により授業内容が前後することがあります								

科目名	データマーケティングIB						学期	後 期	
担当教員	清水	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	マーケティングの基礎① ・マーケティングとはなにか ・マーケティング1.0~4.0 ・マーケティングの4P								
2	ID-POSデータ ① ・ID-POSデータとはなにか ・POSデータとID-POSデータの違い ・ID-POSデータから見えること①								
3	ID-POSデータ ② ・売上げを構成する要素（因数分解）① ・〈ワーク〉売上げ分解ツリーを作ってみよう								
4	ID-POSデータ ③ ・購入率とリピート率 ・売れ続ける商品								
5	マーケティングの基礎② ・これからのマーケティング								
6	ID-POSデータ ④ ・併売とはなにか（考え方の基礎） ・リフト値 ・〈ワーク〉リフト値を求めてみよう								
7	実習 ④ ・〈ワーク&GW〉RESASに触れてみる。ドルフィンアイを駆使してテーマに沿ったデータを探し、仮説をたて、グループとして発表する。								
8	外部データの利用 ① ・外部データとはなにか ・気象データの利用								
9	外部データの利用 ② ・〈ワーク&GW〉サンプルデータから商品を確定し、どうしてその商品に決めたのかを協議・発表する。 ・ウェザーマーチャライジング ・商品前線								
10	実習 ⑤ ・〈ワーク&GW〉外部データを利用した売り出し時期の選定								
11	マーケティングの基礎③ ・代表値について(平均・中央値・最頻値) ・〈GW〉ペルソナを作ってみる								
12	課題発見と提案 ① ・〈ワーク&GW〉与えられたデータを分析し、ペルソナを作成して課題を解決する。								
13	課題発見と提案 ② ・〈GW〉分析のまとめを行い、発表準備にとりかかる（発表用の模造紙作成とグループ内での発表の予行演習）								
14	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
15	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	30 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。						
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。						
	3. テストその他	40 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他									

科目名	データマーケティングIB						学期	後	期	期
担当教員	清水	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1	
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。									
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。									
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。									
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編									
週数	授業計画									
1	マーケティングの基礎① ・マーケティングとはなにか ・マーケティング1.0~4.0 ・マーケティングの4P									
2	ID-POSデータ ① ・ID-POSデータとはなにか ・POSデータとID-POSデータの違い ・ID-POSデータから見えること①									
3	ID-POSデータ ② ・売上げを構成する要素（因数分解）① ・〈ワーク〉売上げ分解ツリーを作ってみよう									
4	ID-POSデータ ③ ・購入率とリピート率 ・売れ続ける商品									
5	マーケティングの基礎② ・これからのマーケティング									
6	ID-POSデータ ④ ・併売とはなにか（考え方の基礎） ・リフト値 ・〈ワーク〉リフト値を求めてみよう									
7	実習 ④ ・〈ワーク&GW〉RESASに触れてみる。ドルフィンアイを駆使してテーマに沿ったデータを探し、仮説をたて、グループとして発表する。									
8	外部データの利用 ① ・外部データとはなにか ・気象データの利用									
9	外部データの利用 ② ・〈ワーク&GW〉サンプルデータから商品を確定し、どうしてその商品に決めたのかを協議・発表する。 ・ウェザーマーチャライジング ・商品前線									
10	実習 ⑤ ・〈ワーク&GW〉外部データを利用した売り出し時期の選定									
11	マーケティングの基礎③ ・代表値について(平均・中央値・最頻値) ・〈GW〉ペルソナを作ってみる									
12	課題発見と提案 ① ・〈ワーク&GW〉与えられたデータを分析し、ペルソナを作成して課題を解決する。									
13	課題発見と提案 ② ・〈GW〉分析のまとめを行い、発表準備にとりかかる（発表用の模造紙作成とグループ内での発表の予行演習）									
14	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント									
15	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント									
	評価項目/割合					評価内容				
評価基準	1. 課題	30 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。							
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。							
	3. テストその他	40 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験							
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。										
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他										

科目名	データマーケティングIB						学期	後 期	
担当教員	渡辺	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	マーケティングの基礎① ・マーケティングとはなにか ・マーケティング1.0~4.0 ・マーケティングの4P								
2	ID-POSデータ ① ・ID-POSデータとはなにか ・POSデータとID-POSデータの違い ・ID-POSデータから見えること①								
3	ID-POSデータ ② ・売上げを構成する要素（因数分解）① ・〈ワーク〉売上げ分解ツリーを作ってみよう								
4	ID-POSデータ ③ ・購入率とリピート率 ・売れ続ける商品								
5	マーケティングの基礎② ・これからのマーケティング								
6	ID-POSデータ ④ ・併売とはなにか（考え方の基礎） ・リフト値 ・〈ワーク〉リフト値を求めてみよう								
7	実習 ④ ・〈ワーク&GW〉RESASに触れてみる。ドルフィンアイを駆使してテーマに沿ったデータを探し、仮説をたて、グループとして発表する。								
8	外部データの利用 ① ・外部データとはなにか ・気象データの利用								
9	外部データの利用 ② ・〈ワーク&GW〉サンプルデータから商品を確定し、どうしてその商品に決めたのかを協議・発表する。 ・ウェザーマーチャライジング ・商品前線								
10	実習 ⑤ ・〈ワーク&GW〉外部データを利用した売り出し時期の選定								
11	マーケティングの基礎③ ・代表値について(平均・中央値・最頻値) ・〈GW〉ペルソナを作ってみる								
12	課題発見と提案 ① ・〈ワーク&GW〉与えられたデータを分析し、ペルソナを作成して課題を解決する。								
13	課題発見と提案 ② ・〈GW〉分析のまとめを行い、発表準備にとりかかる（発表用の模造紙作成とグループ内での発表の予行演習）								
14	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
15	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	30 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。						
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。						
	3. テストその他	40 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他									

科目名	データマーケティングIB						学期	後 期	
担当教員	渡辺	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	マーケティングの基礎① ・マーケティングとはなにか ・マーケティング1.0~4.0 ・マーケティングの4P								
2	ID-POSデータ ① ・ID-POSデータとはなにか ・POSデータとID-POSデータの違い ・ID-POSデータから見えること①								
3	ID-POSデータ ② ・売上げを構成する要素（因数分解）① ・〈ワーク〉売上げ分解ツリーを作ってみよう								
4	ID-POSデータ ③ ・購入率とリピート率 ・売れ続ける商品								
5	マーケティングの基礎② ・これからのマーケティング								
6	ID-POSデータ ④ ・併売とはなにか（考え方の基礎） ・リフト値 ・〈ワーク〉リフト値を求めてみよう								
7	実習 ④ ・〈ワーク&GW〉RESASに触れてみる。ドルフィンアイを駆使してテーマに沿ったデータを探し、仮説をたて、グループとして発表する。								
8	外部データの利用 ① ・外部データとはなにか ・気象データの利用								
9	外部データの利用 ② ・〈ワーク&GW〉サンプルデータから商品を確定し、どうしてその商品に決めたのかを協議・発表する。 ・ウェザーマーチャライジング ・商品前線								
10	実習 ⑤ ・〈ワーク&GW〉外部データを利用した売り出し時期の選定								
11	マーケティングの基礎③ ・代表値について(平均・中央値・最頻値) ・〈GW〉ペルソナを作ってみる								
12	課題発見と提案 ① ・〈ワーク&GW〉与えられたデータを分析し、ペルソナを作成して課題を解決する。								
13	課題発見と提案 ② ・〈GW〉分析のまとめを行い、発表準備にとりかかる（発表用の模造紙作成とグループ内での発表の予行演習）								
14	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
15	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	30 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。						
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。						
	3. テストその他	40 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他									

科目名	データマーケティングIB						学期	後 期	
担当教員	渡邊	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	マーケティングの基本的な理論や手法を学び、マーケティングに関する体系的な理解を促し、マーケティングを進める上で必要なデータの取り扱いに関する知識・技能と観点を演習によって身につけ、データマーケターとしての基礎的素養を深める。								
授業内容	データマーケティングの基礎をおさえ、ドルフィンアイ等のビッグデータを活用し、データの分析を行う。								
学習目標	マーケティングにおけるデータの取り扱いについて学び、実際の事例やデータを題材にして、仮説を立て分析することができる。								
使用テキスト	データマーケター養成講座 初級編								
週数	授業計画								
1	マーケティングの基礎① ・マーケティングとはなにか ・マーケティング1.0~4.0 ・マーケティングの4P								
2	ID-POSデータ ① ・ID-POSデータとはなにか ・POSデータとID-POSデータの違い ・ID-POSデータから見えること①								
3	ID-POSデータ ② ・売上げを構成する要素（因数分解）① ・〈ワーク〉売上げ分解ツリーを作ってみよう								
4	ID-POSデータ ③ ・購入率とリピート率 ・売れ続ける商品								
5	マーケティングの基礎② ・これからのマーケティング								
6	ID-POSデータ ④ ・併売とはなにか（考え方の基礎） ・リフト値 ・〈ワーク〉リフト値を求めてみよう								
7	実習 ④ ・〈ワーク&GW〉RESASに触れてみる。ドルフィンアイを駆使してテーマに沿ったデータを探し、仮説をたて、グループとして発表する。								
8	外部データの利用 ① ・外部データとはなにか ・気象データの利用								
9	外部データの利用 ② ・〈ワーク&GW〉サンプルデータから商品を確定し、どうしてその商品に決めたのかを協議・発表する。 ・ウェザーマーチャライジング ・商品前線								
10	実習 ⑤ ・〈ワーク&GW〉外部データを利用した売り出し時期の選定								
11	マーケティングの基礎③ ・代表値について(平均・中央値・最頻値) ・〈GW〉ペルソナを作ってみる								
12	課題発見と提案 ① ・〈ワーク&GW〉与えられたデータを分析し、ペルソナを作成して課題を解決する。								
13	課題発見と提案 ② ・〈GW〉分析のまとめを行い、発表準備にとりかかる（発表用の模造紙作成とグループ内での発表の予行演習）								
14	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
15	課題発見と提案 ③ ・〈GW〉発表とその発表に対するコメント								
	評価項目/割合				評価内容				
評価基準	1. 課題	30 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。						
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。						
	3. テストその他	40 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他									

科目名	課題解決チャレンジⅡA							学期	前期
担当教員	常勤	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	他分野の学生と合同グループによる様々な観点からの課題解決案の作成を通してクリエイティビティを養う								
授業内容	提示された課題に対してグループで協力しながら解決案を作成し、発表又は動画を作成する								
学習目標	企業が提示する課題にチャレンジし、5コマ以内に課題解決案を1つ以上作成することができるようになる								
使用テキスト									
週数	授業計画								
1	イントロダクションとプロジェクトの概要								
2	企業課題の分析と理解/プロジェクトチームの形成と役割の分担								
3	解決策の構想とブレインストーミング								
4	解決策の詳細な計画立案								
5	課題解決成果物の作成								
6	企業課題の分析と理解/プロジェクトチームの形成と役割の分担								
7	解決策の構想とブレインストーミング								
8	解決策の詳細な計画立案								
9	課題解決成果物の作成								
10	企業課題の分析と理解/プロジェクトチームの形成と役割の分担								
11	解決策の構想とブレインストーミング								
12	解決策の詳細な計画立案								
13	課題解決成果物の作成								
14	プロジェクトの振り返りと学びの共有								
15	成果のまとめと個人的な成長の振り返り								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。						
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。						
	3. テストその他	30 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他									

科目名	課題解決チャレンジⅡB							学期	後 期
担当教員	常勤	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	自由選択	単位数	1
学習目的	他分野の学生と合同グループによる様々な観点からの課題解決案の作成を通してクリエイティビティを養う								
授業内容	提示された課題に対してグループで協力しながら解決案を作成し、発表又は動画を作成する								
学習目標	企業が提示する課題にチャレンジし、5コマ以内に課題解決案を1つ以上作成することができるようになる								
使用テキスト									
週数	授業計画								
1	イントロダクションとプロジェクトの概要								
2	企業課題の分析と理解/プロジェクトチームの形成と役割の分担								
3	解決策の構想とブレインストーミング								
4	解決策の詳細な計画立案								
5	課題解決成果物の作成								
6	企業課題の分析と理解/プロジェクトチームの形成と役割の分担								
7	解決策の構想とブレインストーミング								
8	解決策の詳細な計画立案								
9	課題解決成果物の作成								
10	企業課題の分析と理解/プロジェクトチームの形成と役割の分担								
11	解決策の構想とブレインストーミング								
12	解決策の詳細な計画立案								
13	課題解決成果物の作成								
14	プロジェクトの振り返りと学びの共有								
15	成果のまとめと個人的な成長の振り返り								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	ワークシート等の状況を評価する。 レポート等の状況を評価する。						
	2. 授業姿勢	30 %	出席状況、発言の積極性、授業に取り組む姿勢、締め切りの厳守を評価する。						
	3. テストその他	30 %	プレゼン発表での評価、グループワークでの協力度 各章ごとの確認テスト及び 期末試験						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・ 課外授業 実施予定・ その他									

科目名	就職支援 I A							学期	前 期
担当教員	AD	科目区分	専門	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	働くことの意義と重要性について考える。								
授業内容	就職に向けて、必要な準備を段階的に進めていく。								
学習目標	働くことの意義と重要性を理解し、社会人となるための心構え、知識、マナーを身につける。								
使用テキスト	Bit就職ハンドブック								
週数	授業計画								
1	【オリエンテーション】 「何のために働くのか」「社会人としての心構え」「学生と社会人の違い」について(グループワーク)								
2	非認知能力の重要性、学科が目指す非認知能力について (学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
3	働くことの責任と意義(グループワーク)								
4	【意識は行動の原点】 仕事の基本となる8つの意識について学ぶ(グループワーク)								
5	会社の仕事の決まりやしきみを理解する(グループワーク)								
6	人間関係とコミュニケーション(グループワーク) 非認知能力の振り返り自己分析①(学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
7	ビジネスマナーの基本								
8	ビジネス文書「報告書の書き方」								
9	【礼儀としての身だしなみ】 <input checked="" type="checkbox"/> スーツ着こなしセミナー								
10	インターンシップの事前授業								
11	仕事の進め方(5W2H)(PDCA)と報告・連絡・相談								
12	指示の受け方と「報告、連絡、相談」の重要性とポイントを知る。								
13	業界研究、企業研究、インターンシップ先検討								
14	インターンシップに向けての自己分析(エントリーシート作成)								
15	インターンシップに向けての目標設定								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	課題プリント等からの評価をもとに算出						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率および受講マナー、積極的に授業に参加しているか。以上の観点より算出						
	3. テストその他	30 %	確認テスト結果より算出						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	就職支援 I B						学期	後 期	
担当教員	AD	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	就職活動や仕事を行っていく上で知っておくべきルールやマナーを理解し、習得する。								
授業内容	就職に向けて、必要な準備を段階的に進めていく。								
学習目標	就職活動に直結する履歴書作成や模擬面接等を通して自己表現力、コミュニケーション力を身につける。								
使用テキスト	Bit就職ハンドブック								
週数	授業計画								
1	【オリエンテーション】 昨年度の実績、就職活動の流れ、社会の状況、心構えなどについて知る								
2	インターンシップの振り返り								
3	非認知能力の振り返り②(学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
4	業界・職業研究								
5	企業研究								
6	自己分析講座								
7	履歴書・エントリーシートの書き方講座								
8	履歴書作成の実践①								
9	履歴書作成の実践②								
10	採用試験について(書類選考、面接、作文、適性検査能力試験、作品やポートフォリオ提出など)								
11	適性検査能力試験 模擬受験、Web性格診断								
12	今後の就活に向けて 就職活動の報告書の提出や活用方法、各種証明書の発行、求人マッチングシステム「UMP」活用について								
13	就活キックオフセミナー「働く意義や人生をかけて成長させたいことについて考える」「就職活動の流れと準備を理解する」(外部講師)								
14	面接対策講座								
15	非認知能力の振り返り自己分析③(学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	課題プリント等からの評価をもとに算出						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率および受講マナー、積極的に授業に参加しているか。以上の観点より算出						
	3. テストその他	30 %	確認テスト結果より算出						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	就職支援ⅡA						学期	前	期
担当教員	AD	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	自己の将来を明確にし、希望職への内定を目指す。								
授業内容	採用試験対策や採用試験の振り返りを行う。								
学習目標	グループワークを通して、様々な価値観に触れ、お互いの価値観の違いを認め受容する中で、対人関係を身につける								
使用テキスト	Bit就職ハンドブック								
週数	授業計画								
1	【オリエンテーション】 「目指す職業」「卒業後の自分」について自己分析する(ライフプラン)								
2	模擬面接①								
3	模擬面接②								
4	会社は自分のキャリア形成の場、自分のビジネスキャリアは自分で作る								
5	ビジネス会話の基本								
6	非認知能力の振り返り自己分析④(学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
7	不満やクレームを防ぐ方法、再発防止について(グループワーク)								
8	チームワークの意義と重要性・リーダーシップとメンバーシップについて学ぶ①(グループワーク)								
9	チームワークの意義と重要性・リーダーシップとメンバーシップについて学ぶ②(グループワーク)								
10	【マネジメントの基本】 PDCAサイクル、目標から計画を立てる								
11	【マネジメントの基本】 計画の重要性について学び採用試験後の振り返りと対策の重要性について知る								
12	採用試験の振り返り								
13	採用試験の振り返り								
14	企業説明会								
15	企業説明会								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	課題プリント等からの評価をもとに算出						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率および受講マナー、積極的に授業に参加しているか。以上の観点より算出						
	3. テストその他	30 %	確認テスト結果より算出						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	就職支援ⅡB						学期	後	期
担当教員	AD	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	必修	単位数	1
学習目的	社会で活躍するための強い人材になる。								
授業内容	内定後の社会人ビジネスマナー講習やグループワークによるリーダーシップ、メンバーシップの実践								
学習目標	社会に出てから活躍するためのビジネスマナーや仕事の考え方・基本姿勢を身につける。								
使用テキスト	Bit就職ハンドブック								
週数	授業計画								
1	【オリエンテーション】15分間スピーチ								
2	社会人・職業人としての心構え								
3	非認知能力の振り返り自己分析⑤(学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
4	人間関係の築き方について								
5	社会人講話、地域連携								
6	社会人講話、地域連携								
7	社会人講話、地域連携								
8	就業規則と労働法:ワークルールについて学ぶ								
9	1分間スピーチ								
10	卒業後の自分								
11	社会人になる為のビジネスマナー								
12	卒業成果の課題を通してチームワーク、プレゼンテーション能力を高める①								
13	卒業成果の課題を通してチームワーク、プレゼンテーション能力を高める②								
14	卒業成果の課題を通してチームワーク、プレゼンテーション能力を高める③								
15	非認知能力の振り返り自己分析⑥(学修到達度自己評価ヒアリングシート)								
	評価項目/割合			評価内容					
評価基準	1. 課題	40 %	課題プリント等からの評価をもとに算出						
	2. 授業姿勢	30 %	出席率および受講マナー、積極的に授業に参加しているか。以上の観点より算出						
	3. テストその他	30 %	確認テスト結果より算出						
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。									
目標検定・課外授業実施予定・その他									

科目名	表現力 I A						学期	前 期
担当教員	長谷川万葉	科目区分	一般	授業方法	演習	分類	単位数	1
学習目的	学習を通して人との関わり合いを体験し、より良いリレーションを築く。社会において活用できるコミュニケーション能力やソーシャルスキルを身に付ける。「人と対話できる」「チームで協働できる」「相手に伝わる表現力を持ち、人前で堂々と発表できる」「社会において自分らしさを発揮しつつ、より良い集団づくりに貢献できる」ことを目指す。							
授業内容	コミュニケーショントレーニングや演劇的手法を取り入れたワーク(インプロ、シアターゲーム)、ソーシャルスキルトレーニング、構成的グループエンカウンター等、様々なグループワークを通して、コミュニケーションを実践的に楽しく学ぶ。							
学習目標	学習を通して、明るい表情、正しい姿勢、相手に伝わる声、開かれた心等、接客やビジネスにもつながる健やかな心と体を育てる。人と関わり合うことの楽しさを学び、自らのコミュニケーション能力を高める。自由な発想力や表現力等、人前でも堂々と発表できるような素地をつくる。							
使用テキスト	適宜、プリントを配布。							
週数	授業計画							
1	イントロダクション～授業内容の説明 自己分析と目標設定							
2	シアターゲームとコミュニケーショントレーニング							
3	雑談トレーニング							
4	対話と傾聴トレーニング							
5	相手に伝わる話し方トレーニング							
6	個人発表 SHOW & TELL							
7	コンテンポラリーダンス～言葉のいらぬコミュニケーションを体験する							
8	インプロ(即興演劇)～「Yes、And」思考を体験する							
9	インプロ(即興演劇)～チーム全員でゼロから創造する							
10	ディスカッション							
11	ディベート							
12	スピーチ							
13	スピーチ							
14	個人発表							
15	まとめ							
	評価項目/割合			評価内容				
評価基準	1. 課題	40 %	授業内での課題(実技やワーク)に対して、①積極的、意欲的な参加 ②失敗を恐れず前向きに挑戦する姿勢 ③チームで協力し合う姿勢以上の観点から評価する。					
	2. 授業姿勢	30 %	①欠席・遅刻 ②挨拶・授業態度 ③提出物以上の観点から評価する。					
	3. テストその他	30 %	個人発表、グループ発表等。発表の出来、そこに至るまでの過程、取り組み姿勢を総合的に評価する。					
課題・テスト(その他検定など)はそれぞれ20%以上とし、授業姿勢は30%とする。								
目標検定・課外授業実施予定・その他	授業の進捗状況、理解度を考慮したうえで、授業の実施順、内容を変更する場合があります。							