

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第1回)	データマーケティングの基礎				
学習概要(使用教材・事前学習)	マーケティングの基礎概念、顧客属性、ニーズとウォンツ、観光データ活用の意義について学ぶ。				
学習目標(複数可)	ターゲット顧客の基本属性(属性・性別・居住地等)を定義し、ニーズとウォンツの違いを説明できる。				
成績(理解度)評価方法	個人演習シート(顧客属性・ニーズ・ウォンツの記述)の提出。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「山口県を国内No.1の観光県にするには？」という問いかけで興味を引く。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	本日のゴール(顧客属性の特定とニーズ把握)を提示する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	自身の身近な施設や店舗に来る客層を思い浮かばせる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	顧客の基本属性(年代・性別・居住地・同行者)と、ニーズ・ウォンツの概念を解説する。		30	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	山口県の観光客数データ等の具体的な活用意義を示す。				
6.練習の機会を作る	【個人演習】よく来店するお客様ベスト5の属性をシートに記入する。		40	展開 学習活動	
7.フィードバックを与える	演習③に基づき、属性ごとの「ニーズ」と「ウォンツ」を深掘りするよう指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	作成した顧客属性シートの精度を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の单元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回のSTP分析への繋がりを予告する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第2回)	個人演習シート(顧客属性・ニーズ・ウォンツの記述)の提出。				
学習概要(使用教材・事前学習)	STP分析(セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング)、観光産業の4P・5P戦略、PDCAサイクルを学ぶ。				
学習目標(複数可)	自地域に呼び込みたい観光客を細分化(セグメント)し、適切なマーケティングミックスを提案できる。				
成績(理解度)評価方法	演習を通じたカスタマージャーニーの理解度確認。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「全ての観光客」を狙うことの難しさを提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	STPと4Pの戦略立案プロセスを学ぶことを共有する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回定義した顧客属性を振り返る。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	STPの実践方法、サービス産業における5つ目のP(Personnel:人員)、PDCAサイクルを解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	居住地や旅行形態など、具体的なセグメント例を提示する。				
6.練習の機会を作る	【個人演習】自地域への観光客セグメンテーションと、4P戦略(商品・価格・販路・プロモーション)の策定を行う。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	ターゲット顧客と4Pの整合性が取れているかフィードバックする。				
8.学習の成果・達成度を評価する	策定したマーケティングミックスの妥当性を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の单元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	リピーター獲得(ファン作り)とブランド構築の重要性を再確認する。				
合計			90	分	

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第3回)	公的データの種類と検索				
学習概要(使用教材・事前学習)	トリプルメディア(ペイド・アード・オウンド)の理解と、SNS・動画検索を用いたビジュアル分析の実践。				
学習目標(複数可)	InstagramやYouTubeでの検索結果から、観光施設のビジュアル的特徴を分析し、メディア特性を理解する。				
成績(理解度)評価方法	RESAS等を用いたデータ抽出演習の正確性				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	自身が旅行先を決める際に、どのようなSNS投稿に惹かれるか問いかける。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	ネット上の情報の見え方(画像・動画)を分析する手法を習得する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	4P戦略の「プロモーション」の内容を思い出させる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	ペイドメディア、アードメディア等の特徴と、SNSプロモーションの効果を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	検索数だけでなく、内容や特徴(ビジュアルの傾向)に着目するよう促す。				
6.練習の機会を作る	特定の観光施設についてInstagram/YouTubeで検索し、ビジュアルの特徴をシートにまとめる。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	どのような画像が多く出てくるか、ユーザー視点での分析をサポートする。				
8.学習の成果・達成度を評価する	まとめたビジュアル分析結果を発表し、特徴を共有する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の单元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回のオープンデータ活用(RESAS)への関心を高める。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第4回)	観光白書・JNTOデータによる現状分析				
学習概要(使用教材・事前学習)	地域経済分析システム「RESAS」を用いた、外国人・国内訪問客の動向分析。				
学習目標(複数可)	RESASを操作し、特定の地域における目的地分析や訪問国・地域ランキングを抽出できる				
成績(理解度)評価方法	ターゲット国のポジショニングマップ作成(グループ演習)				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	RESASを操作し、特定の地域における目的地分析や訪問国・地域ランキングを抽出できる		10	導入	
2.授業の目標を共有する	RESASを操作し、特定の地域における目的地分析や訪問国・地域ランキングを抽出できる				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	これまでのターゲット想定が、実際のデータと合致するか意識させる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	観光予報プラットフォームやRESASの概要、操作手順(観光マップ、目的地分析等)を解説する。		30	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	PCを用いたハンズオン形式で、手順を一つずつ確認しながら進める。				
6.練習の機会を作る	山口県の「外国人訪問分析」および「国内目的地分析」を実施し、ベスト5を特定する。		40	展開 学習活動	
7.フィードバックを与える	特定の月(例:3月休日)や交通手段(自動車)など、条件設定の重要性を指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	正確にデータが抽出できているか、演習シートで確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	データから見える地域の強みと課題について再考を促す。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第5回)	RESAS(地域経済分析システム)の操作				
学習概要(使用教材・事前学習)	「観光白書」や「JNTOデータ」を用いたマクロ分析と、ポジショニングマップの作成。				
学習目標(複数可)	「観光白書」や「JNTOデータ」を用いたマクロ分析と、ポジショニングマップの作成。				
成績(理解度)評価方法	自ら選んだエリアの特徴分析レポート。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	日本人が平均何回旅行し、何泊しているか、現状を知っているか問いかける。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	公的な統計資料を読み解き、マーケットの特性をあぶり出す手法を学ぶ。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回のRESAS分析で得た地域情報を踏まえる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	観光白書の見方、JNTO「日本の観光統計データ」の活用法、ポジショニングマップの作成法を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	平均宿泊数や支出額、期待内容など、複数の指標を組み合わせる重要性を示す。				
6.練習の機会を作る	中国・韓国・台湾・香港の4市場について、JNTOデータを元にポジショニングマップを作成する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	2つの軸(例:日本との関係、海外旅行ニーズ)の選び方についてフィードバックする。				
8.学習の成果・達成度を評価する	作成したマップから、ターゲットとすべき市場を論理的に説明できているか評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回からのビッグデータ活用へのステップアップを促す。				
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第6回)	アンケート調査の企画・設計				
学習概要(使用教材・事前学習)	RESASを用いた宿泊者分析と、山口県以外のエリアとの比較分析。				
学習目標(複数可)	RESASの「観光マップ」を活用し、自ら選んだエリアのデータ抽出と現状分析ができる。				
成績(理解度)評価方法	アンケート項目間の関連性フローチャートの作成。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	RESASのトップ画面を見せ、「仮説を根拠へ」のメッセージを強調する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	自分の関心ある地域を分析し、山口県と比較するゴールを示す。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	第4回で行ったRESASの基本操作を復習する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	宿泊者分析の見方(居住都道府県別、推移等)をデモ形式で解説する。		25	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	複数のデータを組み合わせることで、地域の強み・弱みが明確になることを示す。				
6.練習の機会を作る	山口県以外のエリアを選択し、RESASで複数のデータを取得・分析する。		45	学習活動	
7.フィードバックを与える	分析対象エリアと山口県のデータを比較し、特徴的な差分を見つけるよう助言する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	分析した地域の特徴と山口県との比較結果をシートにまとめ、確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	公的データから地域の「今」を読み解く習慣を促す。				
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第7回)	顧客向けアンケート調査票の作成実習				
学習概要(使用教材・事前学習)	Googleトレンドを用いた検索キーワードの動向分析。				
学習目標(複数可)	特定のキーワード(「yamaguchi」「国内旅行」等)のトレンドを分析し、マーケットの関心を説明できる。				
成績(理解度)評価方法	作成した調査票の発表と相互評価。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「今、世の中で何が注目されているか？」を可視化するツールの有用性を説く。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	Googleトレンドでのキーワード比較と傾向把握の習得を目指す。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回のRESAS(実績データ)と、Googleトレンド(関心データ)の違いを意識させる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	Googleトレンドの基本操作(地域・期間・カテゴリ設定)を解説する。		25	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	検索数の波(季節性)や急上昇ワードに着目するよう促す。				
6.練習の機会を作る	「yamaguchi」や「国内旅行」の過去1年間のトレンドを調査し、傾向を書き出す。		45	学習活動	
7.フィードバックを与える	カテゴリを「旅行」に絞るなど、条件設定による精度の違いを指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	データから読み取った自分の意見が、グラフの推移と合致しているか評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の单元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	自社のプロモーション時期の検討に役立つことを示唆する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第8回)	Excelによるデータの可視化(グラフ作成)				
学習概要(使用教材・事前学習)	アンケート調査の企画・設計(PDCAサイクルと調査課題の設定)。				
学習目標(複数可)	アンケート調査の目的に応じて、適切な調査対象者と実査方法を定義できる。				
成績(理解度)評価方法	グラフからの「読み取り」ワークシートの完成度。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	公的データ(二次データ)では分からない「生の声」の重要性を伝える。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	闇雲に聞くのではなく、戦略的なアンケート設計の手法を学ぶ。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	マーケティングにおけるPDCAサイクルの概念を想起させる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	調査課題の検討、調査対象者の定義(15～24歳の男女等)、実査方法(モニター利用等)を解説する。		30	展開	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「解決したい課題」がPDCAのどの段階にあるかをまず明確にする重要性を説く。				
6.練習の機会を作る	自施設・店舗の課題を想定し、調査対象と抽出リストを案として作成する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	ターゲットを絞り込みすぎたり、広げすぎたりしていないか個別にフィードバックする。				
8.学習の成果・達成度を評価する	調査設計の論理性(課題と対象の整合性)を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回の具体的な質問項目作成への橋渡しをする。				
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第9回)	PPDACサイクルと代表値の算出				
学習概要(使用教材・事前学習)	アンケート項目の決定と関連性フローチャートの作成。				
学習目標(複数可)	調べたい課題を小項目に細分化し、項目間の関連性を図式化できる。				
成績(理解度)評価方法	テスト結果データを用いた分析と解釈の発表。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「聞きたいことが多すぎて、まとまらないアンケート」の失敗例を提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	集計分析を見据えた、筋の良い質問項目の作り方を習得する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回設定した調査課題を再確認する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	過去の調査報告書を参考に、キーワードの分類(意識と行動)やフローチャート作成手順を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	因果関係や相関関係の仮説を立てながら項目を絞り込むよう指導する。				
6.練習の機会を作る	調査課題に基づきアンケート項目をピックアップし、関連性フローチャートを作成する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	回答カテゴリー(選択肢)が解析手法に適合しているか確認を促す。				
8.学習の成果・達成度を評価する	作成したフローチャートが、調査課題の解決に繋がる構成になっているか確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	実務での「調査期間・費用の見積もり」の重要性に触れる。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第10回)	データの可視化とPPDACの全体像				
学習概要(使用教材・事前学習)	アンケート調査票の作成実践と、グループ内発表。				
学習目標(複数可)	A4一枚程度の顧客向け調査票(5~10問程度)を完成させ、その意図を説明できる。				
成績(理解度)評価方法	演習データを用いた「データの眺め方」と「歪みの予想」ワーク。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	自分が答えたくなる、あるいは答えにくいアンケートのデザインを想起させる。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	実際に使える調査票を完成させ、他者からの意見を取り入れる。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回作成したフローチャートを手元に準備させる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	調査票作成の最終ポイント(質問文の表現、レイアウト)を解説する。		20	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	調査目的から逸脱しないよう、一貫性を重視して作成するよう指導する。				
6.練習の機会を作る	自施設・店舗向けのアンケート調査票を作成する。		50	学習活動	
7.フィードバックを与える	作成した調査票を共有し、質疑応答・フィードバックを行う。				
8.学習の成果・達成度を評価する	講師からの全体フィードバックを行い、調査票の完成度を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	回からのデータ分析演習(定量的扱い)への関心を高める。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第11回)	事実と意見の区別				
学習概要(使用教材・事前学習)	Excelを用いた各種グラフ(折れ線、散布図、円、棒、バブル)の作成手法。				
学習目標(複数可)	目的に応じて適切なグラフを選択し、Excelでタイトル・軸ラベルを含めた正確なグラフを作成できる。				
成績(理解度)評価方法	議論の観察記録と事実・意見の分類ワーク。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	数字の羅列とグラフ化されたデータの「見やすさ」の違いを提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	データの特徴を捉えるためのグラフ作成スキル(ハンズオン)の習得。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	Excelの基本的なセル操作を思い出す。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	演習データを用い、折れ線(推移)、散布図(相関)、帯・円(割合)、バブルチャートの作成手順を順次デモする。		30	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「領域選択」→「挿入タブ」→「グラフ要素の追加」の基本フローを徹底させる。				
6.練習の機会を作る	指定の演習データを使用し、全5～6種類のグラフを実際に作成する。		40	展開 学習活動	
7.フィードバックを与える	データの読み取りワークシートに基づき、作成したグラフから何が見えるか言語化を促す。				
8.学習の成果・達成度を評価する	作成したExcelファイルとワークシートの記述内容で達成度を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回のPPDACサイクル(分析の進め方)への繋がりを意識させる。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第12回)	統計学の役割と種類				
学習概要(使用教材・事前学習)	PPDACサイクルによる統計的問題解決と課題設定の手法。				
学習目標(複数可)	PPDACサイクルの各段階を理解し、身近な問題から「解決したい課題」を定義できる。				
成績(理解度)評価方法	統計ではない数値データの特定と理由説明。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「いきなり分析を始めない！」ことの重要性を説く。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	根拠のある行動に変えるための「課題設定」のコツを学ぶ。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	過去の「経験と勘」で判断していた事例を挙げさせる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	PPDAC(Problem, Plan, Data, Analysis, Conclusion)の各工程を具体例と共に解説する。		30	展開	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	分析を通じて何を実現したいのか、理想と実態のギャップに着目させる。				
6.練習の機会を作る	自分がデータ中心に変えていきたい分野を書き出し、意見交換する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	目的変数(予測したいもの)」と「説明変数(要因)」を意識するよう指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	グループ発表を通じ、設定した課題の妥当性と分析計画を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	分析は単発ではなくサイクルであることを再確認する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第13回)	確率の基本と場合の数				
学習概要(使用教材・事前学習)	データ収集・クレンジングと、代表値(平均・中央・最頻)による全体把握。				
学習目標(複数可)	データの信頼性を検証し、Excel関数で3つの代表値を算出して分布の偏りを解釈できる。				
成績(理解度)評価方法	順列・組み合わせの練習問題解答。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	外れ値や欠損値が結果をいかに歪めるか、具体例で示す。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	データを加工・整理し、全体像を正しく掴む手法を習得する				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回のPPDACサイクルの「Data(収集・整理)」の位置づけを復習する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	データクレンジングの概念と、Excel関数(AVERAGE, MEDIAN, MODE.MULT)の使用法を解説する。		25	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	数値を計算する前に、まずデータを「眺めて」歪みを予想するよう促す。				
6.練習の機会を作る	演習データを用い、代表値を算出。ヒストグラムと照らし合わせて分布を考察する。		45	学習活動	
7.フィードバックを与える	平均値と中央値に大きな差がある場合、何が起きているか(高得点への偏り等)の解釈を助ける。				
8.学習の成果・達成度を評価する	代表値から導き出した「納得感のある解釈」が提示できているか評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回の「事実と意見の区別」へ向けて、客観的な視点の重要性を強調する。				
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第14回)	確率の乗法・加法定理と直感の乖離				
学習概要(使用教材・事前学習)	データ分析における「事実」と「意見(解釈)」の明確な区別。				
学習目標(複数可)	分析結果(グラフや数値)から、主観を排除した事実を抽出し、論理的な意見を導き出せる。				
成績(理解度)評価方法	チェスの勝率計算などの複雑な確率問題演習。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「水を飲むと元気が湧く」は事実か意見か?という問いで主観と客観の差を意識させる。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	分析報告で誤解を与えないための、事実と意見の切り分け能力を養う。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回の代表値分析で述べた感想がどちらに該当するか振り返る。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	事実(真偽が証明できる)と意見(真偽が証明できない)の定義と、混同の原因(悪意の有無)を解説する。		25	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	形容詞(大幅な、激減など)が含まれる場合は意見になりやすいことを示す。				
6.練習の機会を作る	特定のテーマ(無人島、カレーvsラーメン)で話し合い、発言を事実と意見に分類する。		45	展開 学習活動	
7.フィードバックを与える	どちらの発言が根拠として効果的だったかをグループで議論させる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	分析結果(平均値、標準偏差等)から事実と意見を書き分ける演習結果を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	自分の発言や報告書で無意識に混同しないよう意識を促す。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第15回)	期待値の算出と実数・割合の把握				
学習概要(使用教材・事前学習)	統計が得意なこと・できないことと、視覚的な罫(グラフの見た目)への注意。				
学習目標(複数可)	統計データの限界を理解し、グラフの軸設定や相関関係に惑わされず正しく考察できる。				
成績(理解度)評価方法	予防接種の効果検証ワーク(条件付き割合)。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	同じデータでも軸の取り方で「急増」にも「横ばい」にも見える比較図を見せる。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	データの「見た目」に騙されず、本質を読み取る着眼点を身につける。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	これまで作成してきた各種グラフの軸設定を思い出す。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	統計は「大量のデータを理解しやすくする」が得意だが「考察(意味づけ)」は人間にしかできないことを強調する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	コンビニ数とインフルエンザ患者数の例を用い、因果関係の取り違えに注意を促す。				
6.練習の機会を作る	提示された売上グラフを見て、直感的に分かることと、慎重に確認すべきことを書き出す。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	ループで意見を共有し、自分とは異なる視点(違和感)を見つけるよう促す。				
8.学習の成果・達成度を評価する	グラフから読み取った内容の妥当性をグループごとに共有・評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回、確率の概念を学ぶことで「偶然」と「必然」を見分けるステップへ進む。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第16回)	仮説設定と検証計画				
学習概要(使用教材・事前学習)	場合の数、樹形図、階乗、順列(nPr)と組み合わせ(nCr)の基礎を学ぶ。				
学習目標(複数可)	順序の有無を区別し、適切な公式を用いて事象のパターン数を算出できる。				
成績(理解度)評価方法	観光名所の仮説・検証方法の発表。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	サイコロの和が「9」か「10」か、どちらが出やすいか問いかける。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	勘に頼らず、場合の数を正確に計算する手法の習得。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	小学校レベルの確率の概念を思い出す。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	樹形図による整理、階乗(!)、順列と組み合わせの公式を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	野球の打順(順列)とバスケのレギュラー選考(組み合わせ)の違いを例示する。				
6.練習の機会を作る	陸上部員の選考会(1位・2位の特権差)を題材に計算を行う。		40		学習活動
7.フィードバックを与える	「選ぶ順番が関係あるか」を常に自問するよう指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	練習問題の正答率で公式の理解度を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	現実の事象がいかに膨大なパターンを持つか(1000年かかる打順試行)を印象づける。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第17回)	分析結果からの課題抽出と次の一手				
学習概要(使用教材・事前学習)	独立事象の確率計算と、直感と計算の乖離(誕生日問題等)の理解。				
学習目標(複数可)	複数の事象が重なる確率を計算し、直感がいかに不確かであることを説明できる。				
成績(理解度)評価方法	演習データE3を用いた分析・解釈・次の方針レポート。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	40人のクラスに同じ誕生日のペアがいる確率は何%だと思いか予想させる。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	複数の条件を掛け合わせる確率計算(余事象の活用)を学ぶ。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回の「場合の数」の考え方を復習する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	袋の中の玉、チェスの勝率計算、余事象を用いた「少なくとも～」の計算を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	直感的な「当たりやすそう」が計算上は低い例(ダニエル・カーネマンの理論)を提示する。				
6.練習の機会を作る	赤玉・白玉の袋から7回連続で取り出す際の確率比較を行う。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	「1-(一度も起きない確率)」という余事象の考え方を徹底させる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	誕生日問題(40人で約89%)の正解を導き出せたか確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	データ分析において「直感で考察に飛びつく危険性」を強調する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第18回)	相関係数とクロス表の活用				
学習概要(使用教材・事前学習)	期待値による意思決定と、条件付き確率(ベイズの定理の基礎)の理解。				
学習目標(複数可)	複数のプロジェクト案の期待値を算出して比較し、条件による確率の変化を説明できる。				
成績(理解度)評価方法	属性予測のためのリフト値計算実習。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「5%引き」と「20人に1人無料」、どちらの店でお買い物したいか?		10	導入	
2.授業の目標を共有する	ビジネス判断の基準となる「期待値」の計算方法を習得する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回の確率計算の基礎を定着させていることを確認。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	期待値の公式、プロジェクトの投資対効果、条件付き確率の概念を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	加法定理など数学的な厳密さよりも、ビジネス的な意味合い(お得感の正体)を重視する。				
6.練習の機会を作る	「予防接種を受けた4万人の発症データ」から効果の有無を検証する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	全体の中の割合ではなく、「接種者の中の発症率」に着目するよう促す。				
8.学習の成果・達成度を評価する	商店のキャンペーン比較演習で、期待値が同額であることを導き出せているか評価する。			まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	条件を整理してモノゴトを確率で考える習慣付けを促す。				

合計 80 分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第19回)	単回帰分析による予測モデル				
学習概要(使用教材・事前学習)	仮説構築の実践と、マクロ統計データ(就業者数・人口)の相関の読み取り。				
学習目標(複数可)	特定の観光名所に対する数値的な仮説を立て、データの乖離から新たな「問い」を見つけられる。				
成績(理解度)評価方法	「身近なデータの掛け合わせ」分析計画シートの作成。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「人口が減っているのに働く人が増えているのはなぜ？」という矛盾したグラフを提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	データの「違和感」から筋の良い仮説を導く手法を学ぶ。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	第12回で学んだPPDACサイクルのProblem段階を振り返る。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	仮説作りのルール(可能な限り数値化する)、結果の読み取りのポイント(比較と変化)を解説する。		25	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「～の時間は□人くらいしかいない」といった具体的な予想を促す。				
6.練習の機会を作る	近隣の観光名所について仮説と検証方法を考案。就業者数グラフの読み取り。		45	学習活動	
7.フィードバックを与える	年齢別データなど、仮説を確認するために「次に必要なデータ」を考えさせる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	全体共有での「鋭い視点(違和感の指摘)」を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	データの裏側にある社会背景(高齢者の就業など)を推測する楽しさを伝える。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第20回)	公的データを用いた地域課題の現状把握				
学習概要(使用教材・事前学習)	e-Stat等の観光地域経済調査データを用いた、自由分析と仮説検証のサイクル。				
学習目標(複数可)	公的な観光データを自由に分析し、そこから得られた「結果」を「解釈(仮説)」に繋がられる。				
成績(理解度)評価方法	グループ別の分析計画書(地域、課題、必要データ)の提出。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「観光地域の経済状況をデータで覗いてみよう」と呼びかける。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	大規模データから事実を読み取り、検証可能な次のアクションを考える。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	以前学んだExcelのグラフ作成手法を準備する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	観光地域経済調査データの所在と、読み取りの際の注意点(単位や期間)を補足する。		20	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	分析は1回で終わらず、そこから出た疑問をさらに掘り下げる重要性を説く。				
6.練習の機会を作る	「演習データE3」を自由に分析し、①事実、②原因の推測、③次の調査方針をまとめる。		50	学習活動	
7.フィードバックを与える	他のグループの視点を取り入れ、自分たちにはなかった「問い」を発見させる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	全体共有を行い、データの読み取りの妥当性を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回からの具体的な統計手法(相関・回帰)への期待感を高める。				
			合計	90	分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第21回)	データに基づく解決策の提案作成				
学習概要(使用教材・事前学習)	Pearsonの積率相関、Spearmanの順位相関、およびクロス表(ピボットテーブル)とリフト値の活用。				
学習目標(複数可)	外れ値の影響を考慮して適切な相関を選択し、クロス表からリフト値を算出して属性予測ができる。				
成績(理解度)評価方法	提案内容の発表および質疑応答。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「アイスと気温の相関は強いが、外れ値が一つあったら？」という疑問を提示する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	より高度な関係性の分析手法(順位相関、リフト値)の習得。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	第11回の散布図の作成方法を思い出す。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	2種類の相関係数の使い分け、ピボットテーブルによる年代変換、リフト値の意味を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「20代はビューティーの購入可能性が1.78倍」といった具体的なリフト値の活用例を示す。				
6.練習の機会を作る	Excelで順位相関係数の算出、およびカテゴリ×年代のクロス表作成とリフト値計算。		40		学習活動
7.フィードバックを与える	絶対参照(\$)を用いた数式コピーのテクニックを指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	作成されたクロス表とリフト値の正確性を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	ユーザー属性を予測して「広告を出す」といった実務への繋がりに触れる。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第22回)	分析計画のブラッシュアップ				
学習概要(使用教材・事前学習)	単回帰分析による予測モデル(近似曲線・決定係数)の構築。				
学習目標(複数可)	Excelで近似曲線を描き、数式から「サイト訪問回数」に対する「売上」を予測できる。				
成績(理解度)評価方法	ブラッシュアップ後の最終分析計画書。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「相関」から一歩進んで、「具体的にいくら売れるか」を予測してみよう。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	回帰方程式を用いた予測モデルの構築手順を習得する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	散布図と相関係数の関係を再確認する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	単回帰分析($y=ax+b$)、決定係数(R^2)の読み方、範囲外予測の限界を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「説明変数」と「目的変数」という用語を整理して覚えさせる。				
6.練習の機会を作る	「演習データD6_1」を用いて近似曲線を追加し、予測数式を表示させる。ワークシートによる業務適用計画の作成。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	決定係数が低い場合に、そのモデルがどの程度信頼できるか考察させる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	自分の業務データで何を掛け合わせれば予測ができるか、そのアイデアの妥当性を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回からの公的データを用いた本格的な「分析と提案」の実習を予告する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第23回)	公的データ分析演習				
学習概要(使用教材・事前学習)	地域課題の発見と公的データ(RESAS等)の収集。分析テーマの設定。				
学習目標(複数可)	地域の現状・課題を整理し、比較対象となる地域を選定した上で適切な公的データを収集できる。				
成績(理解度)評価方法					
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	地方創生 政策アイデアコンテスト」を例に、優れた提案には必ず「根拠(データ)」があることを示す。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	地域の課題解決に向けた、根拠のあるアイデア提案の第一歩を踏み出す。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	これまで学んだオープンデータの種類(人口推計、消費者物価等)を想起させる。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	分析テーマの設定法、対象地域の概要把握、全国比較の重要性を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「公的データ+独自のデータ」を掛け合わせることで分析が深まることを示す。				
6.練習の機会を作る	【グループワーク】解決したい地域課題を選び、必要なデータをリストアップ・収集する。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	テーマが広すぎないか、具体的な「比較」ができているか巡回してアドバイスする。				
8.学習の成果・達成度を評価する	設定した分析テーマと、収集したデータの整合性を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回の資料作成・発表へ向けて、ストーリー構築の意識を高める。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第24回)	公的データ分析演習				
学習概要(使用教材・事前学習)	データに基づいた地域課題の分析と、解決策の提案・発表。				
学習目標(複数可)	分析結果を視覚的に表現し、論理的な裏付けのある課題解決策をグループでプレゼンテーションできる。				
成績(理解度)評価方法					
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	聞き手を意識した「理解しやすい提案」の重要性を説く。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	グループの成果を発表し、多角的なフィードバックから学びを深める。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回収集したデータと分析計画を確認する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	提案資料作成のポイント(出所の明記、類似事例の調査等)を再確認する。		20	情報提示	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	データを見せるだけでなく、「だからこの施策が必要だ」という論理展開を重視させる。				
6.練習の機会を作る	各グループ5～10分で提案を発表し、他グループや講師と議論する。		50	展開 学習活動	
7.フィードバックを与える	質問を通じて、分析の「死角」や「新しい視点」に気づかせる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	全体フィードバックを行い、提案の論理性とデータの活用度を評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	自身の「実務」で同様の分析を行う場合の障壁(データの有無等)を考えさせる。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第25回)	実業務データ分析実習				
学習概要(使用教材・事前学習)	身近な業務データを用いた分析計画の策定と仮説設定。				
学習目標(複数可)	自身の業務(または身近な事象)から分析可能なデータを特定し、PPDACサイクルに沿った計画を立てられる。				
成績(理解度)評価方法					
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「自分の仕事にあるデータを宝の山に変えよう」と動機づける。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	講座の集大成として、実務に直結する分析を一人一人が企画する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	第22回までの全ての統計手法を振り返る。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	ワークシートaを用いた分析準備(仮説・活用場面)の記入方法を解説する。		30	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	データが手元にない場合の代替案や、収集方法(アンケート等)の検討も促す。				
6.練習の機会を作る	【個人演習】実務データの特定と仮説構築。【ペアワーク】計画のブラッシュアップ(聞き役による助言)。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	仮説は間違っているとしても良いので、可能な限り詳細に記述するよう指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	策定された分析計画が実現可能か、ペアワーク後の進捗を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回の実地分析に向けて、データのクリーニングを指示する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第26回)	実業務データ分析実習				
学習概要(使用教材・事前学習)	実際のデータ分析の遂行と、考察・提案のまとめ。				
学習目標(複数可)	手法(相関、回帰、クロス等)を用いて分析を行い、「結果」と「考察(主観)」を明確に分けて記述できる。				
成績(理解度)評価方法					
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	第14回で学んだ「事実」と「意見」の区別を、自分の分析で実践できているか？		10	導入	
2.授業の目標を共有する	分析結果から具体的な業務改善ポイント(提案)を導き出す。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	前回ブラッシュアップした分析計画とデータを用意する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	ワークシートbを用いた「結果」「考察」「提案」の書き分け、次のアクションの策定を解説する。		25	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	予測が外れた場合こそ、新しい「問い」が生まれるチャンスであることを強調する。				
6.練習の機会を作る	【実地分析・執筆】Excelでの分析とシート記入。【ペアワーク】考察・提案の妥当性チェック。		45	学習活動	
7.フィードバックを与える	考察で説明役が気づいていない「隠れた要因」を聞き役が指摘するよう促す。				
8.学習の成果・達成度を評価する	導き出された提案が具体的で、データに基づいているか評価する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	最終プロジェクト(全4回)のグループ分けとテーマ検討へ繋げる。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第27回)	ブラッシュアップ後の最終分析計画書。				
学習概要(使用教材・事前学習)	グループ編成と、これまでの学びを統合したテーマ決定				
学習目標(複数可)	データマーケティングの知識(STP, 4P, 各種分析)を活かすテーマを決め、グループ内役割を分担できる。				
成績(理解度)評価方法	最終プレゼンテーションと計画書の成果。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	本コース最後の挑戦として、「山口県を盛り上げる最強の企画書」を作ろう。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	30回の集大成として、実効性のある事業計画をデータで裏付ける。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	これまでの全教材のポイント(01~26)を総復習する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	企画書の構成案、グループワークの進め方、スケジュール管理(全4回)を提示する。		30	展開	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	「誰がどのデータを分析し、誰が資料をまとめるか」役割の明確化を重視させる。				
6.練習の機会を作る	チーム結成、ターゲット選定、解決したい課題のブレインストーミング。		40	学習活動	
7.フィードバックを与える	過去の演習で見落とされていた視点(Personnel、リフト値、期待値等)を盛り込むよう促す。				
8.学習の成果・達成度を評価する	本日決定した事項(テーマ・役割)を共有し、妥当性を確認する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回、各自が担当する分析の下準備をしてくるよう指示する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第28回)	ブラッシュアップ後の最終分析計画書。				
学習概要(使用教材・事前学習)	セグメンテーション・ターゲティングと、根拠データの収集・分析。				
学習目標(複数可)	STP分析を精緻化し、RESASや独自調査の結果からターゲットの妥当性を証明できる。				
成績(理解度)評価方法	最終プレゼンテーションと計画書の成果。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	そのターゲットは本当にそこにいるのか？データで裏付けられているか？		10	導入	
2.授業の目標を共有する	企画の「前提」となる現状分析とターゲティングを完了させる。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	第2回のSTP分析、第4・6回のRESAS操作を振り返る。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	相関や回帰を用いた「需要予測」や「リフト値」による効率的なアプローチの考え方を助言する。		20	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	企画が「想い」だけに走らず、データと論理で構築されているか確認させる。				
6.練習の機会を作る	【グループワーク】担当ごとのデータ分析、ポジショニングマップの作成、4Pの原案検討。		50	学習活動	
7.フィードバックを与える	各チームを回り、分析結果がSTPと整合しているか厳しくチェックする。				
8.学習の成果・達成度を評価する	現時点での分析結果をクイックに共有し、進捗の遅れを調整する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	次回は「具体的な施策(4P)と期待効果」を詰め、資料を完成させることを予告する。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第29回)	ブラッシュアップ後の最終分析計画書。				
学習概要(使用教材・事前学習)	マーケティングミックス(4P)の具体化と、企画書・発表資料の完成。				
学習目標(複数可)	分析に基づいた具体的なプロモーション案を策定し、聞き手に伝わる発表スライドを完成できる。				
成績(理解度)評価方法	最終プレゼンテーションと計画書の成果。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	「もし自分が投資家だったら、この企画にお金を出したいと思うか?」と問いかける。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	最終発表に向けた資料の最終仕上げと、プレゼンのリハーサル。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	以前作成したアンケート調査票(第10回)や4P戦略(第2回)の項目を見直す。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)	効果的なプレゼン構成、図表の引用ルール、時間配分の重要性を最終指導する。		20	展開	
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	施策の「期待値(成功確率×収益)」への言及を促し、計画の現実味を高めさせる。				
6.練習の機会を作る	【グループワーク】資料の統合、修正、リハーサル。質疑応答のシミュレーション。		50	学習活動	
7.フィードバックを与える	「このデータから何が言えるか」という結論を強調するよう指導する。				
8.学習の成果・達成度を評価する	全グループの資料完成度を確認し、最終発表の順序を決定する。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	本コースを通じて身につけた「データに基づき考え、提案する力」への自信を持たせる。				

合計 90分

授業計画(コマシラバス)／指導案 (ガニエの9教授事象を活用して)

科目名	データマーケティング	開講年度	令和 年度	単位数	2
学習タイトル(第30回)	ブラッシュアップ後の最終分析計画書。				
学習概要(使用教材・事前学習)	最終成果発表会。他グループへのフィードバックと全体総括。				
学習目標(複数可)	構築した事業計画を論理的に説明し、他者の提案から学びを得て、自身のデータ活用能力を内省できる。				
成績(理解度)評価方法	最終プレゼンテーションと計画書の成果。				
	指導内容(教員側の働きかけ)	備考	時間		
1.学習者の注意を喚起する(注意をひく、興味を持ってもらう)	30回の学びをぶつける「プレゼン・バトル」の開幕を宣言する。		10	導入	
2.授業の目標を共有する	全チームの発表を通じ、山口県の観光を多角的に分析・提言する。				
3.前提条件を思い出させる(以前の学習を思い出してもらう)	発表の評価基準(データ活用度、論理性、実現可能性)を共有する。				
4.新しい事項を提示する(学習内容を伝達する)			5	展開	情報提示
5.学習の方針を与える(理解を促進する手法を用いる)	聴衆として「よいと思った点」を積極的にメモするよう促す。				
6.練習の機会を作る	【最終発表】各グループによるプレゼンテーションと質疑応答。講師・学生間の多方向評価。		65	学習活動	
7.フィードバックを与える	発表後のフィードバックでは、将来の実務でどう活かせるかに焦点を当てる。				
8.学習の成果・達成度を評価する	全体の講評を行い、優秀な分析・提案を称える。		10	まとめ	
9.保持と転移を高める(次の単元への興味をわかせる、忘れないような工夫をする)	「データは武器になる」という最終メッセージを伝え、日常業務への転移を促す。				
			合計	90	分