



## 1人1台端末の活用による実践事例

|   |                                       |  |           |
|---|---------------------------------------|--|-----------|
| 学校名   | 岡山県立矢掛高等学校                            |  |           |
| 実践者等  | 濱本哲也                                  | 実践日  | 令和3年6月30日 |
| 実践場面<br>(教科・科目、学校行事等)   | 商業・マーケティング                            |  |           |
| 対象生徒(学年等)   | 地域ビジネス科3年                             |  |           |
| 単元名<br>(教科・科目の場合のみ)   | ポジショニングとマーケティング・ミックス                  |  |           |
| 使用したアプリ等  | Jamboard、Keynote、Safari               |  |           |
| 実践の概要(ねらい等)   | 効率的にグループ協議が行え、各班でまとめた内容をプレゼンテーションできる。 |  |           |
| <b>実践の内容</b>  |                                       |  |           |
| <p>(1) 各班(3人)にiPadを1台ずつ配布。授業プリントは1人1枚ずつ配布。</p> <p>(2) 本時の内容(ポジショニングマップ)を説明。<br/>・ポジショニングマップの意味や活用事例をKeynoteで示し、説明。</p> <p>(3) ポジショニングマップの実践<br/>①各班で会社を設立。<br/>②Webで様々な情報を収集する。<br/>③興味がある標的市場を決め、その市場のセグメンテーションを行う。<br/>④会社の市場でのポジショニングや、自社が扱っている商品の市場でのポジショニングを考える。その際に各班に1台配布しているiPadを活用し、Jamboardでポジショニングマップを作成していく。</p> <p>(4) 各班でポジショニングマップから読み取れる自社の戦略を考える。</p> <p>(5) 自社(各班)の戦略を発表する。(3分程度)<br/>・発表内容は「標的市場は何か」「どのようなセグメンテーションを行ったか」「ポジショニングマップからどのような戦略を立案したか」とした。</p> <p>(6) プレゼンテーションを聞いて将来性のある会社に1000万円を上限に投資する。<br/>・プレゼンテーションの評価を「着眼点」「細分化」「戦略」とし各自が将来性を見込めるとする企業に1000万円を上限に投資し教員が集計、上位3社を後日発表した。</p> |                                       |   |           |
| 参考となるHP等  |                                       |  |           |