

デジタルコミュニケーションスキルアセスメント モデルカリキュラム(全16回)

| 回 | 該当章 | 大分野 | 項目 | ページ範囲 | ページ数 | 時間 |
|-----|-------------------|-----------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------|------|----|
| 1 | 序章・第1部 第1章/第2章 | デジタル社会を生きるために必要な「伝える力」と「つながる力」/ コミュニケーションの理解(理論) | デジタルコミュニケーションとは、コミュニケーションの大前提・自己覚知/パーソナリティーが生む壁/なぜあの人とは話が噛み合わない？ | p.1 - 17 | 17 | 1 |
| 2 | 第1部 第2章 | コミュニケーションの理解(理論) | 自分自身が「壁」になっていないか？(知情意の罫)/スキーマと選択的知覚/認知バイアス/ デジタル時代の情報環境が加速させる偏り/関係性が壁になる | p.18 - 31 | 14 | 1 |
| 3 | 第1部 第2章 | コミュニケーションの理解(理論) | 心理的安全性/防衛的・支持的コミュニケーション/PM理論・タックマンモデル/顧客別の落とし穴・組織文化と専門用語の壁 | p.32 - 49 | 18 | 1 |
| 4 | 第1部 第3章 | コミュニケーションの理解(理論) | したい(目的)から考えるコミュニケーション:影響を与える・関係を築く・自分が成長する・雑談とイノベーション | p.50 - 60 | 11 | 1 |
| 5 | 第1部 第4章 | コミュニケーションの理解(理論) | 伝わるために身に付けるスキル①:「伝えた」→「伝わる」への転換/内省と振り返り/傾聴/質問力/アサーティブな伝え方 | p.61 - 71 | 11 | 1 |
| 6 | 第1部 第4章 | コミュニケーションの理解(理論) | 伝わるために身に付けるスキル②:アンガーマネジメント/言語化と言葉の解像度/伝わる文章表現/具体と抽象・メタファー・記号や絵文字 | p.72 - 82 | 11 | 1 |
| 7 | 第2部 第1章/第2章 | デジタルツールのコミュニケーション特性 | コミュニケーションツールの概要と特性(相互型・プッシュ型・プル型)/ツール分類と使い分け/ インターネットのしくみ/電子メール送受信のしくみとトラブル対応 | p.83 - 93 | 11 | 1 |
| 8 | 第2部 第2章/第3章 | デジタルツールのコミュニケーション特性 | Webや電子メールで利用されるファイル形式/デジタルコミュニケーションのメリット(効率化・共同作業・生成AI・多様性・災害時等) | p.94 - 105 | 12 | 1 |
| 9 | 第2部 第4章/第5章 | デジタルツールのコミュニケーション特性 | デジタルコミュニケーションのリスクと対策(フリーWi-Fi・スマートフォン等)/新しいテクノロジーの変化と可能性(メタバース・VR・AR・MR・テレグジスタンス) | p.106 - 121 | 16 | 1 |
| 10 | 第3部 第1章 | デジタルコミュニケーションツールの活用 | 電子メール①:メールの必要性/基本構造とフォーマット/件名の作り方/本文の構造化・明確な表現/引用/プレーンテキストとHTML形式/OS・文字コード・環境依存文字/添付ファイルの種類と注意 | p.122 - 131 | 10 | 1 |
| 11 | 第3部 第1章 | デジタルコミュニケーションツールの活用 | 電子メール②:宛先・CC・BCCの使い分け/メール管理術(分類・整理・見逃し防止)/迷惑メール対策/伝わるメール表現とマナー/実務シーン別作成(挨拶・お礼・お詫びメール) | p.132 - 142 | 11 | 1 |
| 12 | 第3部 第2章 | デジタルコミュニケーションツールの活用 | ビデオ会議コミュニケーション:必要性和対面との違い/主要ツールの特徴/参加マナーと事前準備/話し方・聞き方/チャット・リアクション/ブレイクアウトルーム/画面共有・AI議事録/トラブル対処 | p.143 - 154 | 12 | 1 |
| 13 | 第3部 第3章 | デジタルコミュニケーションツールの活用 | ソーシャルメディアコミュニケーション:SNSの社会的役割/プロフェッショナルなプロフィール作成/伝わるコンテンツの作成と共有/トーン&マナー/SNSでの対話と信頼構築 | p.155 - 164 | 10 | 1 |
| 14 | 第4部 ケーススタディ1 | ケーススタディ | ケーススタディ①:ハイブリッド型PBL チームの挑戦 | p.165 - 170 | 6 | 1 |
| 14 | 第4部 ケーススタディ2 | ケーススタディ | ケーススタディ②:新しい社内ツールの導入 世代・立場によるギャップ | p.171 - 177 | 7 | 1 |
| 16 | | | アセスメント実施 | - | - | 1 |
| 合 計 | | | | | 177 | 16 |

【色凡例】

| | |
|--|--------------------------------------------|
| | 序章・第1部 第1～4章(理論編):コミュニケーションの本質を理解する(1～6回) |
| | 第2部 第1～5章(理解編):デジタルツールの特性と仕組みを知る(7～9回) |
| | 第3部 第1～3章(実践編):メール・ビデオ会議・SNSを使いこなす(10～13回) |
| | 第4部(応用編):ケーススタディで実践力を高める(14回) |
| | アセスメント模擬問題(15～16回) |