

科目名	デジタルマーケティング演習	単位数	2	科目コード					
授業形態	演習	時間数	60	開設期					
受講条件		開設時期	1後期	教員実務経験対象					
授業概要 (目的、目標とする資格・検定等)	デジタルマーケティング（主にWEBマーケティング）の意義を知り、手法を知ること。 WEBの施策（ブランディング・広告・顧客理解）の基本的な手法を知ること。								
授業の一般目標	上記の内容を理解し、ベーシックなWEBマーケティングの考え方を身に着ける。								
受講条件									
事前学習について（テキスト・参考書等）									
授業の到達目標									
<input checked="" type="checkbox"/> 知識・理解の観点	授業内に出てくる用語を理解できる								
<input checked="" type="checkbox"/> 思考・判断の観点	上記を理解し、体系的な知識にすることができる								
<input type="checkbox"/> 関心・意欲の観点									
<input checked="" type="checkbox"/> 態度の観点	演習において主体的に不明点を質問・解決しながら課題・問題集に取り組む								
<input type="checkbox"/> 技能・表現の観点									
授業計画（全体）									
・各回授業毎に小テスト、最後に試験を行い、内容の理解度を図る									
授業計画（授業単位）									
コマ	授業項目・内容等	授業外学習の指示等			授業の記録				
1～2	Webマーケティングの基本								
3～4	ユーザーエクスペリエンス基礎（LP制作）								
5～6	マーケティングリサーチ基礎（ECサイト等のB2Cサービスにおける3C分析） マーケットリサーチの必要性と主な手法を知る（WEBサイトにおける3C分析の見方、その他定性調査、定量調査、インタビュー、アンケートなど）								
7～8	ユーザーエクスペリエンス実践（LP制作） 3C分析・ペルソナの抽出・カスタマージャーニーの作成・コンテンツの洗い出し・ワイヤーフレームの作成								
9～10	キーワードマーケティング基礎・SEO基礎解説 Googleの評価基準動向、SEOとは何かを知る キーワードの収集方法・ユーザーの想定思考を知る								
11～12	Googleビジネスプロフィール概要と基礎 ビジネスプロフィール、Google mapによるユーザーへのリーチメリット、運用イメージを知る（編集画面の操作演習）								
13～14	コンテンツマーケティング手法解説 ・コンテンツマーケティングの種類と（目的やターゲットに合わせた）適切な選び方 ・SEOコンテンツの作り方を学ぶ								
15～16	インターネット広告基礎 インターネット広告の種類と手法								
17～18	ソーシャルメディアマーケティング概論 他のメディアとの違い、ソーシャルメディアマーケティングの活用法を知る								
19～20	Googleアナリティクス4基礎、Googleタグマネージャー基礎								
21～22	デジタルマーケティングの基礎 KPIとゴールの正しい考え方、各広告の効果測定の基礎を知る								
23～24	デジタルマーケティングの戦略策定（分析・戦略・施策・振り返り）								
25～26	Googleアナリティクス演習 デモアカウントを使用して、設定からデータ集計、分析								
27～28	AIを使ったマーケティング概論・演習								
29	プライバシー保護法規制の基礎、著作権、炎上対策								
30	期末試験								
成績評価方法									
1	小テスト								
2	定期試験								
		知識・理解	思考・判断	関心・意欲	態度	技能・表現	その他	評価割合	成績評価基準
定期試験		◎	◎					50	秀、S（4）：90点以上
小テスト		◎	◎		○			50	優、A（3）：80点以上
宿題授業外レポート								評価なし	良、B（2）：70点以上
授業態度								評価なし	可、C（1）：60点以上
発表・作品								評価なし	不可、E（0）：59点未満
演習								評価なし	未修得、履修放棄、F
出席								欠格条件	（ ）内はGPA点数
担当教員					実務経験紹介				