

科目名	デジタルマーケティング入門	科目分類	■専門科目群 □総合科目群		
			経済学科	□必修 ■選択	
			学科	□必修 □選択	
英文表記	digital marketing basic	開講年次	□1年■2年 □3年 □4年		
		開講期間	□前期 ■後期 □通年 □集中		
ふりがな	すずき ゆうじ	実務家教員担当科目	○	修得単位	2単位
担当者名	鈴木 悠司 / 実務メンバー	実施方法	□対面のみ □遠隔のみ ■対面・遠隔併用		
授業のテーマ	現在行われているデジタルマーケティングの概要を俯瞰的に理解し、その中で行われるテクノロジーを、企業実例を交えて理解していきます。また、デジタルマーケティングの各プロセスで行われるデータ活用に関しても紹介します。				
到達目標	マーケティング業務に関して、デジタル化の潮流・データ活用シーンを理解すること。それぞれのシーンにおいて、どのようなテクノロジーが採用されているかを理解すること。				
授業概要	デジタルマーケティング領域の技術は日々進化し、また個人情報保護の観点からも規制も変化します。消費者が接する媒体も、ポータルサイトから投稿型のSNS、動画配信サービス等、日々変化しています。本講義では、上記のようなデジタルマーケティングの仕組み・潮流から実際のビジネスシーンにおけるデジタルマーケティングの具体的な業務内容まで、座学と実習を交えて会得・体験して頂きます。 ※講義内容の理解度や受講状況に合わせて、授業計画を変更する場合があります。				
授業計画					
第1回	本講義のオリエンテーション				
第2回	デジタルマーケティングとは、前半課題のオリエンテーション&ディスカッション				
第3回	デジタルマーケティングの潮流と活用事例				
第4回	従来型マーケティング(STP・4P/4C)とデータドリブンマーケティング(データ集計・検証)①				
第5回	中間レビュー大会				
第6回	従来型マーケティング(STP・4P/4C)とデータドリブンマーケティング(データ集計・検証)②				
第7回	前半試験				
第8回	前半課題のプレゼンテーション				
第9回	課題設定・仮説、企画と検証設計の考え方				
第10回	後半課題のオリエンテーション&ディスカッション				
第11回	ロジカルシンキング・仮説思考、施策構想・企画(検証設計)①				
第12回	ロジカルシンキング・仮説思考、施策構想・企画(検証設計)②				
第13回	中間レビュー大会				
第14回	デジタルマーケティングを成り立たせるための細かな知識の重要性				
第15回	後半試験				
第16回	後半課題のプレゼンテーション				
授業時間外の学習	1. 初回授業前に、身の回りにおけるデジタルマーケティングの産物（メルマガ・SNS・広告など）がどのような仕組みで自分たちの手元に来ているのか、考えてみてください。(0.5時間程度) 2. 授業後に、講義内容を踏まえて、前後半のプレゼンテーションに向けた資料を作成・更新して頂きます。その際に生じた疑問点や不明点を言語化して、次回講義の際に講師に質問してください。(1.0時間程度) 3. 日頃から日本経済新聞やその他の経済誌に目を通すようにしてください。(0.5時間程度)				

履修条件 受講のルール	データサイエンス入門、データサイエンス基礎、データサイエンス応用の単位を修得している事が望ましい。※ただし、必須条件ではありません。講義及び課題で基礎知識を補いながら進める予定です。 テキストの購入は任意です(あると望ましい)。適宜資料を配布します。 大学から配布されたメールアカウント/パスワードが必要になりますので、事前に準備しておいて下さい。 ポータルサイトの講義連絡に授業参加用のリンクと当日使用する資料・データが掲載されますので、各自資料等をダウンロードの上、リンクより授業に参加して下さい(授業動画の再生リンクも掲載されます)。 授業中に分からない用語がある場合には躊躇なく挙手質問して下さい。
テキスト	いちばんやさしいデジタルマーケティングの教本 第2版 田村修 インプレス
参考文献・資料	データ利活用の教科書 渋谷智之, マクロミル 翔泳社
成績評価の方法	【前半試験(20%)、後半試験(20%)、前半/後半プレゼンテーション(40%)、授業中のコメント/質疑(20%)】 上記評価項目を基にして、本学の担当教員が総合的に判断します。 ・出席確認時に不在だった場合は原則としてその回は欠席とします。 ・授業中に無許可で退出した場合は欠席とします。 ・レポート課題は授業内又は掲示板(ポータルサイト含む)で指示します。 ※出席回数が規定に満たない場合及び授業料その他納入金等の全額を納めていない場合は、試験を受けることができません。
オフィスアワー	講義の中でコミュニケーションツールを利用します。 同ツールにて適宜ご連絡頂ければご対応致します。
成績評価基準	秀(100～90点)、優(89～80点)、良(79～70点)、可(69～60点)、不可(59点以下)
実務経験及び実務を活かした授業内容	私たちの身の回りで当たり前になっているデジタル。そのデジタルと呼ばれるものがどのように使われているのか?自分が使いこなすには何が必要になるのか?そうした実践的な内容を重視している講義です。 社会に出れば、スキルも知識も思考様式も、今までのようにデジタルの恩恵を一方的に受ける側から提供する側に変化することが求められます。この講義は現役でデジタルマーケティングに関わる講師が授業を担当しますので、現場の苦労話や教科書には書いてないことも講義内で積極的に話していきたいと思います。 マーケティングやデータに自信がない人でも、興味があれば是非受講してみてください。基礎知識は講義内外で補いながら進める形式をとる予定です。
学生へのメッセージ	「データは 21 世紀の石油」と言われるなど、ビジネスにおけるデータの収集・分析・活用の重要性が増しています。マーケティングにおいてもデジタル化が加速しており、日々、デジタルマーケティングは進化しています。それらの思想・仕組み・潮流を分かりやすく解説していきます。 また、講義の中でデジタルマーケティングに携わるビジネスパーソンに必要なスキルやそのキャリアについても言及します。将来、デジタルマーケティングに携わりたい方・少しでも興味のある方にとって、「受講してよかった」と思える講義を目指していきます。