

1. 本授業科目の基本情報

科目名（コード）	Webマーケティング基礎Ⅱ		（NKT13S）
講義名（コード）	Webマーケティング基礎Ⅱ B		（NKT13SB）
対象学科	グローバルビジネス学科	配当学年	1学年
対象コース	観光ホスピタリティコース	単位数	2
授業担当者	石田 浩也	時間数	30
成績評価教員	石田 浩也	講義期間	秋学期
実務者教員	いいえ	履修区分	必修
実務者教員特記欄		授業形態	講義

2. 本授業科目の概要

授業の目的 到達目標	Webを中心としたデジタルマーケティング理論や顧客の購買特性理論を理解し、お客様が興味を持つことと行動を起こすための仕組みや仕掛けを構築し実践をする。
全体の内容と概要	実際行われている事例を参考にしながら座学にてデジタルマーケティング理論を学ぶ。またSNSやHPを実際に制作し、その運用を通じて顧客の行動変化を検証する。
授業時間外の学修	デジタル運用の実践に伴う取材やコンテンツ制作のための撮影などを実施する場合がある。
履修上の注意事項等	授業での言語は原則日本語で実施するため、ヒヤリングできる程度の日本語語学力が必要。

3. 本授業科目の評価方法・基準

評価前提条件	出席率70%以上で期末試験受験者を対象とし、授業内ワークへの参加態度並びに意欲も評価対象とする。		
評価基準	知識（期末試験点） 60%	自己管理能力（出席点） 30%	協調性・主体性・表現力（平常点） 10%
評価方法	期末試験の点数	出席率×0.3 （小数点以下切り上げ）	授業中の活動評価点 （5点を基準に加点・減点）
成績評価基準	評価	評価基準	評価内容
	S	90～100点	特に優れた成績を表し、到達目標を完全に達成している。
	A	80～89点	優れた成績を表し、到達目標をほぼ達成している。
	B	70～79点	妥当と認められる成績を表し、不十分な点が認められるも到達目標をそれなりに成している。
	C	60～69点	合格と認められる最低限の成績を表し、到達目標を達している。
	D	59点以下	合格点と認められる最低限の成績に達しておらず、到達目標を充足しておらず単位取得が認められない。
	F	評価不能	試験未受験等当該科目の成績評価の前提条件を満たしていない。

4. 本授業科目の授業計画

回	到達目標	授業内容
1	オリエンテーション	・ 授業の進め方 ・ 前期の振り返りと実践ワークの経過 ・ グループコミュニケーションと最終目標の設定
2	Webにおける実績検証を理解することができる	・ コンバージョンの基礎知識 ・ コンバージョンとランディングページの関係性
3	Webにおける実績検証を理解することができる	・ 快適な操作性（UI）と操作に伴う感情（UX） ・ 代表的な改善事例
4	データ活用の基本を理解することができる	・ IoTの基礎知識 ・ ビッグデータの基礎知識と活用事例
5	データ活用の基本を理解することができる	・ カスタマーリレーションシップマネジメントと考え方 ・ 代表的な導入事例
6	データ活用の基本を理解することができる	【実践ワーク】 ・ CRMの実践による前期制作ページの改修
7	データ活用の基本を理解することができる	・ 見込み客の確保とWebへの誘導 ・ 顧客情報の一元管理とオートメーション化
8	データ活用の基本を理解することができる	【実践ワーク】 ・ CRMの実践による前期制作ページの改修
9	デジタル活用における技術を理解することができる	・ 通信技術の進化と特徴 ・ 高速通信化によるマーケティングの変化
10	デジタル活用における技術を理解することができる	・ AIの基礎知識 ・ AIを活用した新たなサービス展開
11	デジタル活用における技術を理解することができる	・ ビジネスモデルの変化による業界の未来形 ・ 各業界のデジタルコンテンツ活用事例
12	観光業界のデジタル分野における現状を理解することができる	【実践ワーク】 ・ 観光業のデジタル化要因を検討 ・ 解決方法の検討
13	観光業界のデジタル分野における現状を理解することができる	・ 国における観光業のデジタル化施策 ・ 観光業の新たな取り組み事例
14	期末テスト	・ 記述式テストの実施
15	テスト内容のフィードバック	・ テスト内容に関するフィードバック

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等

教科書	特になし（独自資料の作成）
参考文献・資料等	「デジタルマーケティング見るだけノート」（山浦直宏 著・宝島社）他
備考	