

1. 本授業科目の基本情報

科目名（コード）	デジタルマーケティングⅢ(TDB213)	配当学年	2年前期
講義名（コード）	デジタルマーケティングⅢ(TDB213)	単位数	2
対象学科	グローバルビジネス	時間数	2
対象コース	デジタルビジネス	講義期間	春
専攻		履修区分	必修
授業担当者	小林 佳徳	授業形態	
成績評価教員	小林 佳徳	実務者教員	はい
実務者教員特記欄	IT先端企業の実務経験者		

2. 本授業科目の概要

目的（位置づけ）	ネットを利用した宣伝広告やその効果測定、マーケティング・オートメーションへの応用等を身につける。
到達目標	ネットを通じての宣伝広告、マーケティング・オートメーションの応用などを基礎的なレベルで実践できるようになる。
全体の内容と概要	連携企業の協力の元で行われるworkshop中心の授業。IT機器やアプリを利用した実践的トレーニング含む
授業時間外の学修	
履修上の注意事項	
特記事項	

3. 本授業科目の評価方法・基準

評価前提条件			
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X 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	日程	講師	授業内容
1	4月18日	小林 佳徳	イントロダクション マーケティングとは？
2	4月25日	小林 佳徳	デジタルマーケティングとは？ デジタルマーケティングとWebマーケティングの違い・デジタルマーケティングの特徴（定量性、可視化、高速なPDCAサイクル）
3	5月2日	授業なし	
4	5月9日	小林 佳徳	ペルソナ（ターゲット）の設定 ・ターゲットを解像度高く想像した一人のペルソナを作成する ・マーケティングフレームワーク（3Cと3P）・SWOT分析・購買者行動のフレームワーク（AIDMA、AISAS、SIPS、OODA）
5	5月16日	小林 佳徳	カスタマージャーニー ・カスタマージャーニー ・アトリビューション ・O2O
6	5月23日	小林 佳徳	Webサイトでのマネタイズ ・マネタイズ手段によるサイトの分類 ・PC向けサイトとスマホ向けサイト（レスポンスウェブデザイン）
7	5月30日	小林 佳徳	Webサイトの基本 ・ソースコード ・タグ（TITLE、H1、H2、meta） ・GoogleSpeedInsight
8	6月6日	小林 佳徳	Webサイト集客の基本 ・SEM（リスティング） ・ディスプレイ広告（バナー） ・ランディングページ
9	6月13日	小林 佳徳	インターネットとアクセス解析 ・アクセス解析とは ・どうしてユーザを分析できるのか ・サーバ、クライアント（ブラウザ）、IPアドレス、DNS、アクセスログ アクセス解析の仕組み
10	6月20日	小林 佳徳	・GAの歴史 ・GAの設定方法（タグの設置、IPアドレス除外、データ保存期間、Googleシグナル）
11	6月27日	小林 佳徳	GoogleAnalytics I ・自然検索（Organic）・外部サイト（Referral） ・直接（ダイレクト）
12	7月4日	小林 佳徳	GoogleAnalytics II ・ソーシャル（SNS）twitter、facebook、instagram、LINE ・有料広告（Paid、Display）
13	7月11日	小林 佳徳	GoogleAnalytics III ・PC(Windows、Mac、Linux) ・タブレット(iPad、Android) ・モバイル(iPhone、Android)
14	7月18日	小林 佳徳	まとめ 期末テスト（理解度テスト）
15	7月25日	小林 佳徳	期末テスト（理解度テスト） 振り返り

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等

教科書	
参考文献・資料等	
備考	