

1. 本授業科目の基本情報

科目名（コード）	TGB_コミュニケーション I		(TGB227)
講義名（コード）	TGB_コミュニケーション I_C		(TGB227C)
対象学科	グローバルビジネス学科	配当学年	2学年
対象コース	グローバルビジネスコース	単位数	2
授業担当者	伊藤 玲	時間数	30
成績評価教員	伊藤 玲	講義期間	春学期
実務者教員		履修区分	選択必修
実務者教員特記欄		授業形態	講義

2. 本授業科目の概要

到達目標・目的	本授業は、GB生が在籍寒中に、経済社会で活躍できるビジネスマン、あるいは起業を念頭において、経営運営ノウハウの特に、マーケティング面についてのリテラシーをつけることを目標にする。
全体の内容と概要	講義をしつつ、ディスカッション、質疑応答、いろいろな具体例を挙げながら進める。
授業時間外の学修	経済社会の変化、企業行動について、勉強した理論などを使って分析してみる。
履修上の注意事項等	①マーケターになる人材作り（まずはアナリスト） ②エビデンスとしての資格：マーケティング検定3級 ②ネットマーケティング検定3級 ③マーケティング実務検定

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	到達目標	授業内容
1	0 オリエンテーション	TBLのGBにて、どんな専門家になるのか目標を決める。 ・その土台としてKGI、KFS、KPIを決めてみる。まずは、デジタル・マーケティングを学んで、マーケティングアナリストになろう。
2	1 これだけは押さえておきたい デジタルマーケティングの基礎知識	01～07の分野
3		08～127の分野
4	2 競合サイトと差別化し、ライバルに勝つ	01～12の分野
5		13～23の分野
6	3 自社ブランディングで見込み客をファンに変える	01～09の分野
7	4 思わずポチらせるCVの極意	01～09の分野
8	5 より成果をあげるためのデータ活用方法	01～09の分野
9		10～18の分野
10	6 AI×5G対応で変わるデジタルマーケティングのこれから	01～10の分野
11		11～19の分野
12	マーケティング検定の勉強1	対策教材と問題集
13	マーケティング検定の勉強2	対策教材と問題集
14	マーケティング検定の勉強3	対策教材と問題集
15	マーケティング検定の勉強4	対策教材と問題集

5. 本授業科目の教科書・参考文献・資料等	
教科書	山浦 直宏『デジタルマーケティング見るだけノート ― 知識ゼロからPV数、CVR、リピート率向上を実現!』(宝島社 2020.08)
参考文献・資料等	藤井 裕之 著/サーティファイWeb利用・技術認定委員会 監修『ネットマーケティング検定公式テキストインターネットマーケティング 基礎編 第3版』(2019/2/22) 日本マーケティング協会(監修)『ベーシック・マーケティング(第2版)』(2019/7/3)
備考	いろいろなテキストを使ってきます。