

専門教育科目

講義科目

授業科目名	デジタルマーケティング	科目コード	配当年次	単位
担当教員	柳田 健太	EK15	3・4	2
科目の概要				
<p>インターネットやスマートフォン、IoTデバイスなどの普及により、顧客の行動履歴や利用履歴などの情報収集が可能な時代へと変化した。それに伴い、デジタル技術を活用したマーケティング手法の重要性が高まっている。</p> <p>本科目では、デジタルマーケティングの全体像を理解するとともに、デジタルマーケティングが従来型マーケティングをどのように進化させるのか、それらを実践するために必要な知識についても学習する。</p>				
科目の到達目標				
<p>①従来型マーケティングの戦略策定プロセスについて説明できる。</p> <p>②デジタルマーケティングが従来型マーケティングを進化させる領域について説明できる。</p> <p>③デジタルマーケティングのフレームワークを説明できる。</p>				
テキスト	『デジタルマーケティングの教科書 5つの進化とフレームワーク』牧田 幸裕, 東洋経済新報社, 2017年			
テキストの読み方				
<p>①デジタル技術の進歩に伴う近未来の購買行動の変化をイメージし、デジタルマーケティングが果たす役割について理解する。</p> <p>②デジタルマーケティングを理解するために、その前提知識となる従来型のマーケティングの戦略策定プロセスを正確に理解する。</p> <p>③デジタルマーケティングによって従来型マーケティングがどのように進化するのかを理解する。</p> <p>④組織において、デジタルマーケティングを実践するために必要な仕組みや能力を理解する。</p>				
単位修得の方法				
<p>レポート課題を提出し、60点以上であれば合格となり、科目修得試験を受験できる。科目修得試験の得点が60点以上であれば合格となり、評価が確定し、2単位を修得できる。</p>				