

産業能率大学 情報マネジメント学部

Web マーケティング	履修年次	3・4	
	単位	2	
小野田 哲弥	配当期	前・後	
	授業方法	演習 / 対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>本授業は各プレゼンをゴールとした3つのフェーズに大きく分かれるが、学期を通して同じチームで活動する。第1の研究計画フェーズでは、チーム内の興味・関心に基づいて研究テーマを決め、Googleトレンドや文献調査、学内アンケートをもとに、研究動機や大枠としての目標を掲げる。つづく第2の中間フェーズでは、Twitter クローリングやテキストマイニング、大規模 Web リサーチによって目標を具体化していく。そして第3の最終フェーズでは、Instagram を用いたライフスタイル分析とペルソナの考案、カスタマージャーニーの発想によって、具象レベルをさらに上げ、論理的かつ斬新な企画提案を目指す。なお、授業外学習では JMOOC 公認プラットフォームの『gacco』に登録してグーグル合同会社提供の3講座を受講し、ビジネスに活かせる知識を同時並行で修得する。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・研究計画→中間報告→最終報告と、PDCA サイクルを回して研究を発展させることができる。 ・Google、Twitter、Instagram をマーケティングツールとしても活用することができる。 ・チームでの協働により、膨大な量の分析を達成し、斬新な発想を紡ぎ出すことができる。 			
成績評価の方法			
一連のグループワーク活動を総合的に評価する。ただしグループ内一律の評価ではなく、個人間でも評価に差をつける。			
週	授業項目	週	授業項目
1	オリエンテーション	8	中間報告プレゼン準備
2	研究テーマの検討	9	★中間報告プレゼン
3	予備調査の設計	10	Instagram を利用したクラスター分析
4	研究計画プレゼン準備	11	ペルソナの考案とカスタマージャーニー
5	★研究計画プレゼン	12	追加調査の実施
6	本調査の設計と Twitter クローリング	13	最終報告プレゼン準備
7	テキストマイニング	14	★最終報告プレゼン