

科目名	ICT活用
年次	2
単位数	6
担当教員	山本
到達目標	本授業を通して、企業の営業・広報・マーケティング部門や広告関連業務において、SNS広告を中心としたマーケティング施策の企画・制作・改善に関わる基礎的な実務を遂行できる力を身につけることを目標とする。
授業概要	本授業では、デジタルマーケティングの基礎知識と考え方を学び、SNS広告を中心としたマーケティング施策の企画から制作、効果検証までの一連の流れを実践的に学ぶ。また、「グラフィック基礎」と連動して、実務を想定した課題を通して、マーケティング視点を持ったデザイン力の習得を目指す。
授業計画	以下の内容の講義を予定している。1コマは3時間である。 1-17 前期:基礎理論・知識編 デジタルマーケティングの基礎概念や専門用語を中心に学び、SNS広告やWeb広告の役割、構成要素、効果測定の方法を理解する。 併せて、Photoshopを活用した広告クリエイティブの基礎を学び、マーケティング目的を意識したデザイン設計力を養う。 18-34 後期:実践・疑似業務編 仮想の企業・店舗のマーケティング部門を想定し、課題設定からSNS広告の企画、ラフデザイン作成、制作までを実践する。 PDCAを取り入れた仮説検証を行い、効果改善を意識したマーケティング施策の実務プロセスを体験的に学ぶ。
テキスト	1冊目に読みたい デジタルマーケティングの教科書 (なるほど図解)
参考書	技術評論社 世界一わかりやすいphotoshop 操作とデザインの教科書
評価方法	期末試験、課題による。
準備学習等	なし
備考	ISBN-13 : 978-4815623302 / ISBN-10 : 4815623309