愛知東邦大学 シラバス

開講年度(Year)	2023年度	開講期(Semester)	前期
授業科目名(Course name)	デジタルマーケティング		
担当者(Instructors)	榎澤 祐一	配当年次(Dividend year)	3
単位数(Credits)	2	必修・選択(Required / selection)	選択
			実務家教員科目(Pro teacher course)

■授業の目的と概要(Course purpose/outline)

履修者の多数を占める20歳前後の世代の皆さんにとっては、消費者として触れるマーケティングとしてデジタルとアナログを対比すれば、デジタルの方がなじみやすいものと思われます。しかし、企業側の視点に立ってみると「デジタルを用いてマーケティングを行う」という行為は、アナログでのマーケティングと比較し、実態が分かりづらいものになっており、社内で意思疎通するための説明も難しい状況にあるというのが実感です。そこで、この科目ではデジタルマーケティングの実態を解説し、従来のマーケティングとの連携や新規ビジネスへの展開といった実務に結び付けて考察・説明できるようにすることを目的とします。本科目は「入門マーケティング」の履修を前提としていますので、同科目で学んだ用語の詳しい説明は行いません。

■授業形態・授業の方法(Class form)

授業形態(Class form)	講義
授業の方法(Class method)	毎回「前回課題の振り返り⇒講義⇒討議⇒履修者による発表⇒授業内課題の取り組み」という順序で進みます。「前回課題の振り返り」では前回取り組んだ授業内課題の中からピックアップした回答を匿名で紹介します。「講義」は事例紹介の後、そこから得られる実務的教訓を説明します。「討議」は講義の中で解説した理論面に関するテーマを考察し会話してもらうものです。学修状況により最大７回程度メディア授業を実施する予定です。
当該科目と実務との関係(Relationship between cource and practice)	不動産の販促支援会社でインターネット広告に、エンタテインメント企業で音楽・映像のデジタルマーケティングに従事し、クラウド（インターネット経由でのユーザーへのサービス提供）を取り扱う企業でのデジタルマーケティングのアドバイザーを務めました。

■各回のテーマとその内容(Each theme and its contents)

回数(Num)	テーマ(Theme)	内容(Contents)	メディア区分(Media)
第1回	導入	デジタルの特性	□
第2回	デジタル社会の消費者行動	デジタルマーケティング成立の前提となるデジタルを使いこなす能力（デジタルリテラシー）	□
第3回	デジタル社会のビジネスモデル	デジタル化により実現したビジネスモデル、それらの特徴	□
第4回	デジタル社会における消費者心理	承認や協働など、デジタル化がもたらした人々の感覚	□
第5回	デジタル化による製品戦略①	デジタルによる財（デジタル財）の性質	□
第6回	デジタル化による製品戦略②	デジタル化により促進されたユーザー・イノベーション	□
第7回	デジタル化による価格戦略①	ダイナミックプライシング、フリーミアム、サブスクリプション	□
第8回	デジタル化による価格戦略②	消費者間取引でのダイナミックプライシング、電子決済	□
第9回	デジタル化による流通戦略①	オムニチャネル、DtoC	□
第10回	デジタル化による流通戦略②	シェアリング、消費者間取引	□
第11回	デジタル化による宣伝戦略①	トリプルメディア、コンテンツマーケティング	□
第12回	デジタル化による宣伝戦略②	e-口コミ、格付けサイト	□
第13回	デジタル社会のリサーチ	デジタルを用いたマーケティングリサーチ	□
第14回	デジタルマーケティングと物流革新	物流を支えるデジタル、トレーサビリティ	□
第15回	デジタルマーケティングと情報システム	クラウドによるデジタルマーケティングの実施、アジャイル開発	□

■授業時間外学習（予習・復習）の内容(Preparation/review details)

新聞やニュースでのマーケティングに関する企業の動きを、授業で学んだマーケティングの教訓や学術的理論に当てはめて考察する（2時間程度）。参考文献の読み込み（2時間程度）。

■課題とフィードバックの方法(Assignments/feedback)

課題は授業内課題です。フィードバックは次回講義時に代表的な回答に対してコメントします。

■授業の到達目標と評価基準(Course goals)

区分(Division)	DP区分(DP division)	内容(DP contents)
主体性	◆ 2021地域ビジネスDP3	デジタル技術に対する近年の社会的注目の背景が、効率化（コスト削減、生産量の増大）ではなく、サービスの質的多様化やサービス向上にある点を踏まえ、自分や自分が所属する組織での技術活用を提案できる。

■成績評価(Evaluation method)

筆記試験(Written exam)	実技試験(Practical exam)	レポート試験(Report exam)	授業内試験（in-class exam)	その他(Other)
			25%	75%

授業内試験等(具体的内容)(Specific contents)

「授業内試験」は択一問題による出題です（持ち込み可）。「その他」は第1回～第14回の授業内討議結果を記したペーパーや授業内課題（文章）に対する評価です。

■テキスト(Textbooks)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	ありません。	
2		
3		
4		
5		

■参考図書(references books)

No.(No.)	テキスト名など(Text name)	ISBN(ISBN)
1	西川英彦・澁谷覚(2019)「1からのデジタル・マーケティング」	978-4502289910
2		
3		
4		
5		