

キャリアアッププログラム2020（2学期）講座シラバス

【エントリー科目】

科目名	デジタルマーケティング入門	
	デジタルマーケティングを学んでみたいあなたのために	
受講対象者	・インターネットやソーシャル・メディアなどを活用したマーケティングに興味がある方 ・そのような知識を現在の仕事に活かしてみたいと考えている方	
講座概要	デジタル社会では、顧客は企業の単なるターゲットではなく、価値共創者として捉えられます。いつでも、どこでも個人がネットワークにつながる環境が整備され、情報の収集や発信が容易になり、さらには顧客参加型の製品開発の実現など、顧客が社会や市場に与える影響はますます増加しています。本講座では、このようなデジタル環境下におけるマーケティングの知識や理論を解説するだけでなく、様々な事例を紹介します。	
到達目標	・デジタルマーケティングの基礎的な知識を身につけること。 ・伝統的なマーケティングとの共通点や異質点を理解すること。	
授業計画	第1回	マーケティングの基礎：マーケティングの全体像とデジタルマーケティングの位置づけ
	第2回	デジタル化と製品戦略
	第3回	デジタル社会におけるプロモーション戦略
	第4回	デジタル環境下におけるチャネル戦略と価格戦略
	第5回	シェアリングエコノミーとマーケティング
	第6回	デジタル市場におけるマーケティング戦略～アプリビジネスを中心に～
授業の形式	座学	
授業の進め方	基本的にはレクチャー形式で進めていきますが、授業の進捗に応じて、適宜、ディスカッションを行う予定です。	
教材などの追加負担	教材費の負担はありません。	
受講者へのメッセージ	学生時代なら聞き流していた理論も、社会人になってから聞くと新たな発見があったりします。実際、私も実務経験の中で感じた「素直な問い」を探求するために、学問の世界に身を投じ、いつしか研究者の道を歩み始めました。皆さんの問題意識が少しでもクリアになる一助となれたら幸いです。	
講師紹介	関 隆教（せき たかのり） ビジネス情報学科 助教 1982年北海道生まれ。2016年神戸大学大学院経営学研究科博士課程後期課程単位取得後退学。大阪経済法科大学経済学部経営学科助教を経て、2018年より現職。営業、サービス業、小売業などの顧客接点で活動する現場従業員のクリエイティビティ（創造性）についての研究を行っています。	