

基礎科目・職業専門科目・展開科目・総合科目		科目形態	演習・実習・一般
必要出席回数	科目名	科目配当	学科・専攻
8 / 10	SEM演習	対象学科	IT・ビジュアル / モノ・産業
セッション	1・2・③	担当教員	赤川 賢治 先生
単位(1)	2コマ × 2日 × 5週	自主制作時間	20 時間

※学生に対して、科目の性格付けや位置付けを提示する為、必ず上記項目等には○印をつけてください。
 ※自主制作時間:フィールドワーク・自習・工房制作等の授業時間数以外にこの科目に必要な自主制作時間数

教員の実務経験(当該科目に関する現在の仕事内容)
 通常業務としてSEMは日々、おこなっています。

科目設定主旨(到達目標)	使用画材
◆科目の指導ビジョン、目標とする習得内容及び伸ばしたいポイントを具体的に記載してください。 従来のマーケティングとSEMを比較しながら、顧客をつくるという考え(ニーズからジョブへ)、市場調査とサイトの関係を学びます。データ革命がおこっている今、最大多数・最大幸福の考えから個別最適化・最大幸福の考え方になってきています。特に昨今はInstagramマーケティングとTikTokを重視せざるをえません。どうすればエンゲージメントをあげられるか、サイトとインターネットの関係の根本=市場のしくみから考えて、SEMを理解していきます。	◆課題制作にて表現手法や技法を習得する為に使わせる画材、素材をお書きください。 Adobe Photoshop フリー素材 USBメディア

課題設定意図と指導上の工夫及び仕事への繋がり	指導スケジュール																																	
◆指導で意図した事に対する設定課題の効果予測と学生に気付かせたい点、仕事や以降の学習にどう繋げるかを記載してください。 【効果予測】 SEMはデザインやウェブとも違う分野です。にもかかわらずマーケティングはいまはウェブ制作者にとってはかかせない知識です。講座で学ぶことでいままでも気づいていない事に気づき、今後のWEB制作にいかしていくことができます。 【仕事への繋がり】 WEBデザイナーはSEMを理解していて当たり前ですので講義の内容は仕事そのものです。	◆課題の流れと習得内容や留意点を簡潔に <table border="1"> <thead> <tr> <th>回数</th> <th>タイトル</th> <th>習得内容/留意点</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>SEMのしくみ リスティング広告の基本</td> <td>SEMを従来のマーケティングとの比較で考えます。</td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>ターゲットとキーワード 良質なクリックとテキストの法則 グループインタビューによる気づき</td> <td>コンシューマーインサイトの発見のしかたをまなびます。 グループインタビューを実際にしてなにか変わるかを実験します。 ランディングページのポイントを学びます。</td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>コンバージョンとランディングページ コンバージョンの高めかた</td> <td>ABテストのポイントを学びます。</td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>A・Bテストについて リターゲティング広告で見込み顧客を取り込む法則 スマートフォン向けのモバイル広告</td> <td>リターゲティング広告の方法を学びます。 モバイル広告の課題を学びます。</td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>Google アナリティクス分析方法 KPIの技術 CSFの特定</td> <td>アナリティクス分析方法をまなびます。</td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>ビデオマーケティングについて</td> <td>CSFの特定方法をまなびます。 ビデオマーケティングのノウハウを学びます。</td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>インスタの企画書作成 woocommerceについて 通販サイトをWPで作成</td> <td>エンゲージメントについて学びます 通販サイトを制作しながら実際の作業をまなびます。</td> </tr> <tr> <td>8</td> <td>会員登録 権限 ランク分けの設定 絞り込み検索とカスタムフィールドについて</td> <td>決済フォームの設定方法 決済フォームの問題点 Wordpress ecコマースの理解 プラグインの理解</td> </tr> <tr> <td>9</td> <td></td> <td></td> </tr> <tr> <td>10</td> <td>プレゼン</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	回数	タイトル	習得内容/留意点	1	SEMのしくみ リスティング広告の基本	SEMを従来のマーケティングとの比較で考えます。	2	ターゲットとキーワード 良質なクリックとテキストの法則 グループインタビューによる気づき	コンシューマーインサイトの発見のしかたをまなびます。 グループインタビューを実際にしてなにか変わるかを実験します。 ランディングページのポイントを学びます。	3	コンバージョンとランディングページ コンバージョンの高めかた	ABテストのポイントを学びます。	4	A・Bテストについて リターゲティング広告で見込み顧客を取り込む法則 スマートフォン向けのモバイル広告	リターゲティング広告の方法を学びます。 モバイル広告の課題を学びます。	5	Google アナリティクス分析方法 KPIの技術 CSFの特定	アナリティクス分析方法をまなびます。	6	ビデオマーケティングについて	CSFの特定方法をまなびます。 ビデオマーケティングのノウハウを学びます。	7	インスタの企画書作成 woocommerceについて 通販サイトをWPで作成	エンゲージメントについて学びます 通販サイトを制作しながら実際の作業をまなびます。	8	会員登録 権限 ランク分けの設定 絞り込み検索とカスタムフィールドについて	決済フォームの設定方法 決済フォームの問題点 Wordpress ecコマースの理解 プラグインの理解	9			10	プレゼン	
回数	タイトル	習得内容/留意点																																
1	SEMのしくみ リスティング広告の基本	SEMを従来のマーケティングとの比較で考えます。																																
2	ターゲットとキーワード 良質なクリックとテキストの法則 グループインタビューによる気づき	コンシューマーインサイトの発見のしかたをまなびます。 グループインタビューを実際にしてなにか変わるかを実験します。 ランディングページのポイントを学びます。																																
3	コンバージョンとランディングページ コンバージョンの高めかた	ABテストのポイントを学びます。																																
4	A・Bテストについて リターゲティング広告で見込み顧客を取り込む法則 スマートフォン向けのモバイル広告	リターゲティング広告の方法を学びます。 モバイル広告の課題を学びます。																																
5	Google アナリティクス分析方法 KPIの技術 CSFの特定	アナリティクス分析方法をまなびます。																																
6	ビデオマーケティングについて	CSFの特定方法をまなびます。 ビデオマーケティングのノウハウを学びます。																																
7	インスタの企画書作成 woocommerceについて 通販サイトをWPで作成	エンゲージメントについて学びます 通販サイトを制作しながら実際の作業をまなびます。																																
8	会員登録 権限 ランク分けの設定 絞り込み検索とカスタムフィールドについて	決済フォームの設定方法 決済フォームの問題点 Wordpress ecコマースの理解 プラグインの理解																																
9																																		
10	プレゼン																																	
科目修了時点での仕上がり像	◆何をどこまで身につけているのか。 SEMで何ができてなげできないかの判別ができていますか カスタムフィールドのつくりを理解できているかどうかです。																																	
試験課題内容	◆タイトル、与件、提出様態についてお書きください。 <タイトル> 特化した通販サイトとInstagramの作成 <与件> 通販サイトであること インスタは企画書のみでOK <提出様態> URLと企画書																																	
評価項目	評価ポイント	配点																																
□知識・認識力	1 データからKGIを見つけられるか	30																																
☑調査・分析力	2 ナッジのある通販サイトか	30																																
☑企画・構想力	3 ナラティブな工夫はあるか	40																																
□材料・用具使用力																																		
□構成・表現力																																		
☑提案・説得力	計	100																																

予習事項

◆予習のポイントを明確に記入してください。
 アクセスをあげるポイントをピックアップしておいてください

設定課題例

- ◆設定課題の完成イメージを例としてご提示ください。
 ※全設定課題の内、特徴的なものを一つご提示ください。
- ◆できるだけ何を作らせるのかが見てわかるようにスケッチ等でお示しください。
- ◆できるだけ作品制作で学生に定着させたいポイントも合わせてご記載ください。



11/5 1/5 4/7

●2024年度 2年 指導計画書<後期10回授業用>

©学校法人 創造社学園2024

必要出席回数 8 / 10	基礎科目・ 職業専門科目 ・展開科目・総合科目 科目名 SEM演習 セッション 1・2・③	科目形態 演習 ・実習・一般
単位(1) 2コマ×2日×5週	自主制作時間 20 時間	科目配当 学科・ 専攻
		対象学科 コト ビジュアル /モノ・産業
		担当教員 赤川 賢治 先生

※学生に対して、科目の性格付けや位置付けを提示する為、必ず上記項目等には○印をつけてください。
※自主制作時間:フィールドワーク・自習・工房制作等の授業時間数以外にこの科目に必要な自主制作時間数

教員の実務経験(当該科目に関する現在の仕事内容)
通常業務としてSEMはおこなっています。

何故この課題を設定したかの設定意図を記載してください
◆何に気づかせたいか、何に繋がるのかなど課題の設定意図を簡潔に記載してください。
SEMは統計学にもとづいた手法をつかっています。統計学はいまや実学としてウェブでも使えるようになりました。統計やアクセス解析とウェブをどう関連させるかを学んでいただければとおもいます。課題はいずれも事例にもとづいて調査し、自ら気づくような流れにしています。

回	月	課題名/指導内容と進め方	指導達成目標/時間内完成目標	使用教材
		◆課題名、指導プロセスを具体的に記載してください。サイズ、スケールの詳細記載。また、フィールドワーク等は、見学場所まで明記してください。全体の評価軸の統一のための工夫などもお書きください。	◆どこまでできるようにするか、また、時間内での完成目処などを記載してください	◆授業進行で使用する教材なども記載してください。
1	1	屋台のとうふやと最適解のしくみKPIとKGI クリティカルパスとSEM SEMのしくみ インスタグラムマーケティングについて SEMを従来のDRMとの比較で考え、相違点を浮き堀にします。 リスティング広告の基本 リスティング広告のしくみと課題について学びます。 ターゲットとキーワード ターゲットの絞り方について、各種統計をもとに考えます。	SEMの理解 インスタマーケティングの理解	
2	2	良質なクリックとテキストの法則 良質なクリックとコピーの関係について学びます。 ベイズ統計学とSEM モンテカルロ法とSEMについて学びます。	ターゲットとクリックの関係の理解 インタビューと気づきの関係の理解	
3	3	グループインタビューによる気づき グループインタビューでなにがわかるかを学びます。 実際ワークショップもおこないます。 コンバージョンとランディングページ コンバージョンの設定の仕方を学びます。 コンバージョンの高めかた コンバージョンの高める方法について学びます。	ランディングページのつくりかたの理解 コンバージョンの高め方の理解	
4	4	A・Bテストについて A Bテストの仕方と工夫のしかたを学びます。 リターゲティング広告で見込み顧客を取り込む法則 リターゲティング広告の仕方と工夫のしかたを学びます。 離脱から誘導へ、ナッジをどう絡めるかを考えます。 スマートフォン向けのモバイル広告 モバイル広告のいまをまなびます。 広告の仕方と表現、広告の打ち方を学びます。	ABテストの方法の理解 リターゲティングの方法とそのコツの理解 ナッジの理解 モバイル広告の理解	
5	5	Google アナリティクス分析方法 アナリティクスには非常に豊富な機能が用意されています。 その利用方法を学びます。 KPIの技術 CSFの特定 CSFとは目標達成のために決定的に重要となる要因のことを指します。 重要成功要因分析の方法を学びます。	アナリティクスの理解 KPI,CSFの理解	

回	月	課題名/指導内容と進め方	指導達成目標/時間内完成目標	使用教材
6	6	ビデオマーケティングについて YOUTUBEでのマーケティング方法とその効果を学びます。 通販サイトの作成 CMSで実際に通販サイトを制作します。Wordpressにプラグインをいれて実際の作業にはいります。 インスタの企画書作成	ビデオマーケティングの理解 通販サイトのしくみと特徴の理解 エンゲージメントについて学ぶ	
7	7	woocommerceについて学びます。 設定にはいるいるなノウハウがあるのでそれを学びます。 学習仕様として日英に対応とします。 絞り込み検索とカスタムフィールドについて学びます。	Wordpress ecコマースの理解 プラグインの理解	
8	8			
9	9			
10	10	10回目最終日、プレゼン		
		試験課題名 特化した通販サイトの作成 ◆提出日 最終日	継続(4回)・当日	
		タイトル ◆学習のまとめとしてふさわしい課題を設定してください。	指導資料/参考図書	
		タイトル 通販サイトの作成	いちからわかる WORDPRESS	
		与件 通販サイトであること		
		制作内容 通販サイトをWORDPRESSで作成 インスタは企画書のみでOK	使用教材・画材 ◆教材、ソフト等	
		提出様態 URLと企画書	WORDPRESS	
		評価項目	チェックポイント	配点
		<input type="checkbox"/> 知識・認識力	1 データからKGIを見つけられるか	30
		<input checked="" type="checkbox"/> 調査・分析力	2 ナッジのある通販サイトか	30
		<input checked="" type="checkbox"/> 企画・構想力	3 ナラティブな工夫はあるか	40
		<input type="checkbox"/> 材料・用具使用力		
		<input type="checkbox"/> 構成・表現力		
		<input checked="" type="checkbox"/> 提案・説得力	計	100