

2026年度 授業計画（シラバス） 日本コンピュータ専門学校

学科名	学年	授業のタイトル（科目名）
情報処理システム科	2年	デジタルビジネス分析
授業の種類	授業担当者	実務経験
<input checked="" type="checkbox"/> 講義 <input checked="" type="checkbox"/> 演習 <input type="checkbox"/> 実習	若林 英男	<input checked="" type="radio"/> 有 <input type="radio"/> 無

[実務経験歴]

英国系自動車部品グローバルサプライヤーにてマーケティング担当マネジャーを20年間担当
 フランス系工業用レーザー刻印機メーカー及びドイツ系自動車部品グローバルサプライヤーにてマーケティング
 統括役員及びCEO担当

単位数（授業の回数）	時間数☒	配当時期	必修・選択
2 単位 （ 30 回 ）	60 時間	<input type="radio"/> 前期 <input type="radio"/> 後期 <input checked="" type="radio"/> 通年	<input type="radio"/> 必修 <input checked="" type="radio"/> 選択

[授業の目的・ねらい]

- ①総合的・統合的なマーケティングの基本を理解する。
- ②進化する現代のWebマーケティング及びデジタルマーケティングの基本を分析を通して理解する。
- ③生成AIを活用したマーケティング及びSNSマーケティングを理解する。

[授業全体の内容の概要]

- ①生成AI活用のマーケティングの理解
- ②具体的な生成AI活用事例
- ③プロンプト設計や生成AI活用の注意点
- ④SNSの基本とSNSマーケティングの理解

[授業終了時の達成課題(到達目標)]

Webマーケティング・デジタルマーケティング・SNS及び生成AI活用の総合的統合的なマーケティングの理解を養う。

[使用テキスト]

使用テキスト
 いちばんやさしいマーケティングの教本
 参考文献
 必要に応じて授業の中で紹介する。

[単位認定の方法及び評価の基準]

定期試験と出席日数の両方が次の規定に達した場合に認定する。
 ・試験の点数は60点以上を合格点とする。
 ・全出席日数の4分の3以上の出席が必要。
 評価基準
 定期試験80%、平常点（出席、講義の参加度）20%とする。

[授業の日程と各回のテーマ・内容・授業方法]

1回	オリエンテーション
2回	デジタルマーケティングとWebマーケティングの定義と関係
3回	SNSマーケティング
4回	AI活用の広告マーケティング
5回	生成AIの仕組み

6回	具体的な生成AI（ChatGPTなど）
7回	マーケティングにおける生成AIの活用シーン①
8回	マーケティングにおける生成AIの活用シーン②
9回	マーケティングにおける生成AIの検索支援
10回	マーケティングにおける生成AIの思考支援
11回	マーケティングにおける生成AIの制作支援
12回	プロンプト設計の重要性
13回	プロンプト設計の最適化
14回	PR活動の定義と役割
15回	PR活動の基本
16回	PR活動のゴール
17回	SNSの基本
18回	SNSの種類と特徴
19回	SNS運用に不可欠なマーケティング戦略
20回	まとめと振り返り
21回	インターナルコミュニケーションの実施
22回	visionの作成
23回	BtoBビジネスの特徴
24回	BtoBビジネスとBtoCビジネスの違い
25回	BtoBマーケティングにおける営業部門の役割
26回	見込み客獲得のリードマネジメント
27回	購入意欲を高めるリードナーチャリング
28回	オウンドメディアの開発
29回	マーケティングオートメーションの実行
30回	まとめと振り返り