

授業科目の名称	次世代広報の役割と効果測定 (科目コード: 207)		
配当年次	1年次・2年次	配当学期	前期
年間開講数	1回	単位数	2単位
必修・選択等の別	選択	授業の方法	講義
授業科目の内容			備考
<p><講義概要> インターネットの普及、Twitter、Facebook、LINEなどに代表されるソーシャルメディアの勃興、スマートフォンの爆発的普及、そしてそれらによる消費者のライフスタイルの変化とマスメディアの相対的影響力の低下など、企業のマーケティングコミュニケーションを取り巻く環境は大きく変化しています。</p> <p>ネット、ソーシャル、スマホが当たりマエになった時代において、広報が担うべき役割と領域はどこにあるのか。変わるものと、変わらないものは何か。複雑極まりない時代における広報の効果測定やROI換算はどのように考えたら良いのか。本講座では、現状明確な答えがない広報の現場におけるヒントを提示し、次世代広報活動と効果測定における示唆が得られるものとした。</p> <p><授業方法> 座学、グループワーク、ゲスト講師によるプレゼンによって、各課題や論点について共有、検討をしていく。</p> <p><到達目標> ソーシャル・メディアの特性を正しく理解し、効果的な情報発信と効果測定の知識とノウハウを習得する。</p> <p><評価> 平常点(参加姿勢)による総合評価とし、60点以上を合格とする。</p> <p><教科書・参考書> 『ソーシャルメディアマーケター美咲』 http://www.amazon.co.jp/dp/4798123498/ 『ソーシャルインフルエンス』 http://www.amazon.co.jp/dp/4048864432/ 『戦略PR』 http://www.amazon.co.jp/dp/4048689592/</p> <p><講義スケジュール>全15回 ①次世代広報の役割と活動領域 (&デジタルマーケティングの全体像) ②この10年で起こった3つの変化 ③ソーシャルメディアの心得と作法 ④6つのソーシャルメディアマーケティング ⑤ソーシャルインフルエンス (戦略PR×ソーシャルメディア) ⑥ゲスト講義: ブルーカレントジャパン代表取締役社長 本田哲也氏「戦略PR」 ⑦ソーシャルメディア時代のリスク対策 ⑧ソーシャルメディア効果測定 ⑨マーケティング効果測定の方法とROI算定の限界 ⑩グループワーク: 専用分析ソフトを使ったメディア・検索・クチコミ分析① ⑪グループワーク: 専用分析ソフトを使ったメディア・検索・クチコミ分析② ⑫グループワーク: アイデアワークショップ① ⑬グループワーク: アイデアワークショップ② ⑭グループ発表① ⑮グループ発表②</p>			<p>【教員】 池田紀行</p>