

大阪情報コンピュータ専門学校 授業シラバス (2026年度)

専門分野区分	ビジネス応用	科目名	e-コマース概論						科目コード	T1536A1
配当期	前期	授業実施形態	通常						単位数	2 単位
担当教員名	河本 順子	履修グループ	2F(BI/BO)						授業方法	講義
実務経験の内容	WebデザイナーとしてHTMLやCSS、JavaScript、WordPress、STUDIOなどを活用し、個人事業主や法人向けのサイトを制作を担当してきました。その経験を活用し、デジタルマーケティングへの活用を講義して行きます。									
学習一般目標	情報技術(IT)の進化に伴い発展し続ける e-ビジネスについて、ビジネスを構築する立場から考察する。また、ビジネスで使用するためのWeb作成についても理解し、卒業後の就業に役立つビジネス基礎力を身につける。サーティファイ主催の「ネットマーケティング検定」にも対応しているため、是非挑戦して欲しい。									
授業の概要および学習上の助言	教科書を踏まえながら e-ビジネス構築のための基礎知識と実践事例を見ていく。ビジネス展開に必要な調査、企画立案などの事案を示し、将来仕事で使える具体的手法を紹介する。可視化、具現化するための成果として企画書作成などの演習にも積極的に取り組んでもらいたい。なお、課題プリント等は定期試験問題に反映されるため各自整理・保存を心がけること。									
教科書および参考書	「1冊目に読みたいデジタルマーケティングの教科書」NRIネットコム株式会社									
履修に必要な予備知識や技能	本科目を科目単独で捉えることなく、今まで他科目で学習したことと関連付けながら復習を進めること。そのように進めることで、本科目のみならず学科全体で学んだことの理解を深めることができる。									
使用機器	各自のPC									
使用ソフト	特になし									
学習到達目標	学部DP(番号表記)	学生が到達すべき行動目標								
	1/3	産業と経済に関する基礎的なビジネス用語の意味を理解し、就業に活かせる								
	1/3	e-ビジネスに応用可能なWebの知識を習得し、実務に活用できる								
	1/2/3	解析する視点で、統計やデータを読み取れる								
	1/3	企画・立案の方法を駆使して企画書を作成できる								
	5	科目全体を理解することで、卒業後の就業イメージがデザインできる								
達成度評価	評価方法	試験	小テスト	レポート	成果発表(口頭・実技)	作品	ポートフォリオ	その他	合計	
	学部DP	1.知識・理解	30	10						40
		2.思考・判断	30		10					40
		3.態度							10	10
		4.技能・表現								
		5.関心・意欲							10	10
	総合評価割合	60	10	10				20	100	
評価の要点										
評価方法	評価の実施方法と注意点									
試験	前期定期試験期間中に筆記試験を実施									

小テスト	小テストは数回実施予定。
レポート	2回実施予定
成果発表(口頭・実技)	
作品	
ポートフォリオ	
その他	授業への出席、取り組みなどを含め総合的に判断する。

授業明細表

授業回数	学習内容	授業の運営方法	学習課題(予習・復習)
第1回	オリエンテーション 1-1. マーケティングとは 1-2. デジタルマーケティングとは 1-3. デジタルマーケティングのゴールと「KGI」 1-4. デジタルマーケティングの「PDCA」 1-5. デジタルマーケティングの手法	講義と実習	
第2回	2-1. KGIからKPIを決める 2-1. ブランディングとKPI 2-1. ターゲットユーザーを設定する 2-1. ペルソナを作る 2-1. カスタマージャーニーを考える 2-1. デジタルマーケティング戦略立案に向けた分析を行う 2-1. KPIを達成するための施策を考える	講義と実習	
第3回	2-8. 体制と役割を検討する 2-9. デジタルマーケティングツールを選定する 2-10. コミュニケーションルールを決める 3-1. Webサイトの種類と目的 3-2. WebサイトサイトにおけるUI/UXとは	講義と実習	
第4回	3-3. CookieとCMPによる同意管理 3-4. 検索エンジンの役割 3-5. SEOを行う 3-6. コンテンツSEOとWebライティング 3-7. Google Search Consoleを利用する 3-8. MA、SFA、CRMで見込み顧客を育成する	講義と実習	
第5回	3-9. Web接客とチャットボットでユーザーをおもてなしする 3-10. モバイルアプリの種類と目的 3-11. プッシュ通知でユーザーにメッセージをおくる 3-12. 自社メディアでマネタイズする 4-1. 純広告と運用型広告の違い 4-2. 運用型広告の配信の流れ	講義と実習	
第6回	4-3. リスティング広告とは 4-4. ディスプレイ広告とは 4-5. ネイティブ広告とは 4-6. 動画広告とは 4-7. アフィリエイト広告とは 4-8. リマーケティング広告とは	講義と実習	
第7回	4-9. 広告に関連する指標を理解する 4-10. 目標に合わせた入札戦略を選択する 4-11. 広告出稿による企業リスクを把握する 5-1. SNSとデジタルマーケティング 5-2. SNSの企業アカウントの運用フロー	講義と実習	

第8回	<ul style="list-style-type: none"> 5-3. 企業アカウントを運用する際に気を付けたい点 5-4. Xの特徴 5-5. FacebookとInstagramの特徴 5-6. YouTubeとTikTokの特徴 5-7. LINEの特徴 5-8. 企業アカウントの運用に役立つツール 	講義と実習	
第9回	<ul style="list-style-type: none"> 6-1. デジタルマーケティングに関わるデータを収集する 6-2. GoogleアナリティクスとFirebaseを利用する 6-3. Microsoft Clarityを利用する 6-4. 収集したデータを保管する 6-5. オンプレミスとクラウド 6-6. 主要なクラウドプラットフォーム 	講義と実習	
第10回	<ul style="list-style-type: none"> 6-7. ビッグデータとデータエンジニアリング 6-8. データをレポートする 6-9. データの属性と指標 6-10. 指標「ユーザ」と「セッション」とは 6-11. ページビューとスクリーンビューとは 6-12. コンバージョンとコンバージョン率とは 	講義と実習	
第11回	<ul style="list-style-type: none"> 6-13. LTVとは 6-14. Webパフォーマンスとコアウェブバイタル 6-15. BIツールを活用する 6-16. データサイエンスで高度な分析と解析を行う 6-17. データを操作するためのSQL 	講義と実習	
第12回	<ul style="list-style-type: none"> 7-1. 分析結果から仮説を立てる 7-2. ヒューリスティック評価を行う 7-3. A/Bテストを実施する 7-4. EFOを行う 7-5. ~7-8. 事例に学ぶ 	講義と実習	
第13回	<ul style="list-style-type: none"> 8-1. AI・機械学数の普及と生成AIの躍進 8-2. 機械学習を活用する 8-3. ChatGPT、Copilot、Geminiについて 8-4. AI Overviewsとは 8-5. クリエイティブの自動生成による広告運用の効率化 8-6. マルチモーダル検索による革新 8-7. ARとVRIについて 8-8. メタバースをビジネスに活用する 8-9. デジタルマーケティング人材として意識すべきこと 	講義と実習	
第14回	課題解決型授業1	実施時期:1期(5/16~5/31)	
第15回	課題解決型授業2	実施時期:3期(6/16~6/30)	