

授業科目名	SNS I			科目コード	MJMM 0023
学科・コース名	情報システム科 マルチメディアクリエイターコース			履修区分	必修
授業形態	演習	開講学年	2年次	学期	前期
担当教員	中嶋 海智	実務経験	無	単位数	2 単位
授業の目的・目標	SNSをビジネスにおける戦略的ツールおよび自己表現のプラットフォームとして捉え、各メディアの特性やアルゴリズムを体系的に理解することを目的とする。情報系学生として、データ分析に基づく論理的視点と、ユーザーに響くクリエイティブな視点を両立させ、情報モラルを遵守しながら効果的な運用戦略を立案・実践できる能力の習得を目指す。				
授業の概要	主要SNSの仕組みから、ビジネスにおける活用事例、コンテンツ政策の実績、分析、リスク管理まで網羅的に学ぶ。プラットフォームの裏側にある「アルゴリズム」の視点と、ユーザーに届ける「クリエイティブ」の視点の両立を目指す。				
回	授業計画・内容			授業外学習の内容	授業外学習時間
1	オリエンテーション：SNSの歴史と社会への影響			普段利用しているSNSの利用時間を記録し、目的を言語化する	60分
2～3	ビジネスにおけるSNSの役割と全体像			国内外の企業SNS活用成功事例を1つ探し、概要をまとめる	60分
4～5	X(旧Twitter)の特性とアルゴリズムの基礎			拡散されるポストの傾向を3つの型に分類して考察する	60分
6～7	X(旧Twitter)活用：テキストライティング			「商品の魅力」を伝える投稿案を作成する	60分
8～9	Instagramの特性：ビジュアルコミュニケーション			Instagramで世界観が統一されているアカウントを調査する	60分
10～11	Instagram活用：画像・リール動画の基本構成			スマートフォンでの写真撮影・加工の基本ルールを復習する	60分
12～13	TikTokの特性：短尺動画の爆発力とアルゴリズム			流行している音源や編集手法の共通点を分析する	60分
14～15	ショート動画制作演習：企画・構成(絵コンテ)			15秒の動画で伝えるメッセージを絵コンテにまとめる	60分
16～17	YouTubeの特性：ストック型メディアとVlog			検索に強いタイトル(SEO)とサムネイルの関係を学ぶ	60分
18～19	コンテンツ企画論：ペルソナ設定とターゲット選定			仮想のターゲット像(ペルソナ)を詳細に設定する	60分
20～21	情報モラルとSNSの光と影			過去のSNS炎上事例を調べ、原因と対策を考察する	60分
22～23	知的財産権と著作権、肖像権の基礎知識			SNS投稿におけるフリー素材と著作権の関係を確認する	60分
24～25	SNSにおけるブランディング：個人の発信と企業の役割			「自分」というブランドをSNSでどう見せるか定義する	60分
26～27	クリエイティブ視点：バズるデザインとフォントの関係			視認性の高い文字配置(タイポグラフィ)の事例を集める	60分
28～29	中間まとめ：SNS戦略企画書の作成(個人ワーク)			ここまでの学びを反映したSNS運用コンセプトを固める	60分
29～30	SNSマーケティングのKPI(数値指標)の理解			インプレッションとエンゲージメント率の計算を行う	60分
30～31	アナリティクス画面の見方とデータ分析			自分のアカウント(またはデモ)の数値を分析する	60分
32～33	広告としてのSNS：運用型広告の仕組み			タイムラインに流れる「広告」の特徴とLPへの導線を調べる	60分
34～35	インフルエンサーマーケティングとUGC			ユーザーが投稿したくなる(UGC)仕掛けの事例を探す	60分
36～37	企業の公式アカウント運用実務(中の人の仕事)			企業の投稿カレンダー(運用計画表)の役割を理解する	60分
38～39	コミュニティマネジメント：ファンとの対話			ユーザーからのコメント返信(アクティブサポート)の練習	60分
40～41	動画編集演習①：CapCut等のツール活用(基本操作)			撮影した素材をアプリに取り込み、カット編集を行う	60分
42～44	動画編集演習②：テロップ入れとBGM・SEの効果			視聴者の飽きさせないテロップの出し方を工夫する	60分
45～46	最新トレンド：生成AIとSNSコンテンツの融合			AI画像生成などのツールをSNSにどう活用できるか考える	60分
47～48	リスク管理：危機管理マニュアルの作成演習			炎上疑いが発生した際の初動対応フローを作成する	60分
49～50	SNSと他メディア(Web・店舗)の連携			SNSから店舗への来店やEC購入を促す仕組みを検討する	60分
51～54	最終課題制作①：総合的なSNSプロモーション企画			企業からの依頼を想定した課題に対して企画を立案する	60分
55～58	最終課題制作②：コンテンツ(投稿用画像・動画)制作			企画に基づいたクリエイティブ制作を完成させる	60分
59	プレゼンテーション：SNS運用戦略発表準備			自分の企画の独自性とビジネス性を整理する	60分
60	プレゼンテーション：SNS運用戦略発表			全体の講評を通じて、今後のSNS活用への学びを総括する	60分
評価方法	・授業課題：40%、授業態度：10%、期末課題(発表)：50%で評価する。				
教科書参考書	・クリエイターのためのchatgpt活用大全(Gakken) ・Photoshop & Illustrator & Firefly 生成AIデザイン制作入門ガイド(SBクリエイティブ)				

授業外学修について 授業外学習の内容のほかに、予習・復習に1時間をあて、授業準備を行うこと