

授業科目名	SNSⅡ			科目コード	MJMM 0024
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	選択必修
授業形態	演習	開講学年	2年次	学期	後期
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の仕組みを深く理解し、ビジネス戦略に基づいた運用と高度なコンテンツ制作を実践することを目的とする。データ分析による効果測定やリスク管理を学び、クリエイティブとロジックを掛け合わせたSNSマーケティングのプロフェッショナルな思考と技術の習得を目指す。				
授業の概要	基礎知識を土台とし、より実践的な「SNSマーケティング」と「高度なクリエイティブ制作」に踏み込む。単に投稿するだけでなく、3C分析やペルソナ設計を用いた戦略立案、動画編集ソフトや生成AIを活用した高クオリティな素材制作、さらには広告運用やアナリティクスによる改善サイクルまでを網羅する。情報系学生として、技術トレンドを捉えながら企業の課題解決につながる運用能力を養う。				
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：応用編の目的とSNS市場の現状			最新のSNSトレンドを1つ選び、概要をメモする	60分
2～3	SNSマーケティング戦略：3C・STP分析の適用			競合アカウントを1つ選び、その強みを分析する	60分
4～5	X(旧Twitter)応用：トレンド予測とハッシュタグ戦略			24時間のトレンドワードの変遷を観察する	60分
6～7	X(旧Twitter)応用：ブランドパーソナリティの構築			擬人化が上手な企業アカウントを3つ調査する	60分
8～9	Instagram応用：フィード・ストーリーズ・リールの使い分け			各機能の役割の違いを自分の言葉でまとめる	60分
10～11	Instagram応用：世界観を作るトーン&マナー設計			ターゲットに刺さる色の組み合わせを3パターン考える	60分
12～13	短尺動画応用：TikTokの視聴維持率を高める編集術			人気動画の「冒頭2秒」の仕掛けを分析する	60分
14～15	実践演習：TikTok用クリエイティブ企画			スマートフォンで撮影する素材のリストを作成する	60分
16～17	YouTube応用：Vlogと教育系コンテンツの構成			チャンネル登録をしたくなる理由を言語化する	60分
18～19	プロモーション企画：インフルエンサーとの連携手法			自分の好きなジャンルで適したインフルエンサーを挙げる	60分
20～21	危機管理応用：SNS炎上のシミュレーションと対策			企業の謝罪文(ステートメント)の事例を読み込む	60分
22～23	法律と倫理：ステルスマーケティング規制と景表法			ステルスマーケティングの定義を復習する	60分
24～25	SNSデザイン：CanvaやAdobe Expressを活用したバナー制作			授業で未完成のデザインを完成させる	60分
26～27	キャッチコピー制作：クリックを誘発する心理学			ターゲットに刺さる「パワーワード」を5つ考案する	60分
28～29	中間制作：特定ブランドのSNS運用企画書(案)			企画の背景となる市場調査データを整理する	60分
29～30	アナリティクス応用：データからの仮説検証サイクル			数値の変動理由を3つの視点から仮説を立てる	60分
30～31	SNS広告：Meta(FB/IG)広告マネージャーの基礎			ターゲット属性の絞り込み条件を検討する	60分
32～33	コンテンツカレンダーの作成：運用の継続性を担保する			1ヶ月分の投稿スケジュール案を作成する	60分
34～35	UGC創出：ユーザーが「参加したくなる」キャンペーン設計			成功しているSNSキャンペーンの参加条件を調べる	60分
36～37	企業のBtoB向けSNS活用：LinkedInとFacebook			BtoB企業におけるSNS運用のメリットをまとめる	60分
38～39	コミュニティ運営：LINE公式アカウントの活用とLステップ			友だち追加時の挨拶メッセージを作成する	60分
40～41	動画編集実践①：Premiere Pro等での高度な演出			授業で教わったエフェクトを自作動画に適用する	60分
42～44	動画編集実践②：ナレーションとテロップの同期			音声と文字のタイミングを調整し動画を仕上げる	60分
45～46	生成AIの活用：ChatGPTによる投稿テキスト生成			AIへのプロンプト(指示文)をブラッシュアップする	60分
47～48	生成AIの活用：画像生成AIによるビジュアル制作			AI生成画像の著作権上の注意点を再確認する	60分
49～50	SNSを通じたファンマーケティングとCRM			ファンを熱狂させるブランドの共通点を考察する	60分
51～54	最終課題：総合SNSマーケティング・プランニング			企画内容を補強するビジュアル素材を用意する	60分
55～58	最終課題：クリエイティブ(静止画・動画)の最終制作			コンテンツのクオリティを細部まで調整する	60分
59	最終プレゼンテーション(1)：施策の提案			発表用スライドの構成を確認する	60分
60	最終プレゼンテーション(2)：総括と講評			授業全体を振り返り、今後の学習計画を立てる	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