授業概要（シラバス）

■科目基本情報　　専門学校日本ホテルスクール

科目番号	MS619	分類	講義科目
授業科目名	SNSマーケティング2	英文授業科目名	Social Media Marketing Strategy Ⅱ
年度	2025年度	年次	昼間部　2年　ホテルSNS科
開講学期	後期	授業の方法	講義科目
単位数	2単位	年間授業時間数	28.8時間
科目区分	専門科目	授業コマ数	24コマ
担当教員名	幕田　直美　実務経験あり	備考	
経歴	株式会社オリエンタルランドで採用担当に従事。 その後アパレル業界等でPR、SNS運用を経験。 現在は株式会社NAVICUSにて、様々な領域のSNS運用、企画立案、監修を担当。		

■授業・科目情報

学習目標	SNSの特徴について学ぶ。 「デジタルコミュニケーション」「コンテンツ・クリエイティブ」で学んだ技術を活用し、実際にアカウントを制作・運用することで、実践で活用できるInstagram運用の基本的なスキルを身につける
教科書	

授業計画

回数	内容
1	概要説明、チーム編成
2	企業顔合わせ①（現状と課題の確認）
3	企業顔合わせ②（現状と課題の確認）
4	目的・目標の決定
5	ペルソナやターゲットの決定
6	適切なSNSの選定
7	コンテンツやテーマの決定
8	運用ルールの決定
9	著作権・肖像権・商標権の基本的知識
10	企業ガイドラインの確認と共有
11	前期授業のまとめ（学生による経過報告）
12	アカウント制作・運用①（アカウントを作り、プロフィールページ等の作成を行う）
13	アカウント制作・運用②（ファンやフォロワーを集めるための投稿を行う）
14	アカウント制作・運用③（投稿を通してファンやフォロワーと関係を深める）
15	アカウント制作・運用④（コミュニケーションを通してファンやフォロワーと関係を深める）
16	アカウント制作・運用⑤（ソーシャルリスニングを活用する）
17	実践結果の検証・発表①（KPIの達成を確認し、レポートにまとめる）
18	アカウント制作・運用⑥（改善策を実施する）
19	アカウント制作・運用⑦（改善策を実施する）
20	アカウント制作・運用⑧（改善策を実施する）
21	実践結果の検証・発表②
22	最終授業に向けての発表準備
23	対象企業に向けて学生による発表①
24	対象企業に向けて学生による発表②

授業の進め方	SNSオペレーション、SNSマーケティング1で学んだ知識、スキルを活用し、企業のSNSマーケティングに協力をすることでより実践的なSNS運用を身につけることをめざします。
試験の実施方法	試験は実施せず、レポートとグループワークの成果物にて評価を行う
成績評価方法	本校の規定に基づき、全科において共通評価基準にて算出する。 ①レポート・提出物＝50%（10ポイント） ②出席率　＝50%（10ポイント） 上記の2つの項目をそれぞれ10ポイント（合計20ポイント）に置き換えて、そのポイントに応じてA,B,C,D,F評定を決定する。 出席率の50%未満に該当する場合には「F」評価とするが、通年教科の後期学年末の評価については、前期および後期全体の状況をもって算出する。
関連科目	デジタルコミュニケーション/コンテンツ・クリエイティブ/SNSオペレーション/SNSマーケティングⅡ/セールス&マーケティング
参考書	参考書等は授業内で適時案内。
学生へのメッセージ	ホテルSNSコミュニケーション科での学びの集大成としてSNSマーケティングを実践します。自分たちの投稿がどのような影響を及ぼすのか、PDCAサイクルを回しながら、検討を重ねていきましょう。

以上