

カリキュラム

機構施設名： 大分職業能力開発促進センター

実施機関名： 株式会社日本能率協会コンサルティング

C. プロモーション	販売促進	チャンスをつかむインターネットビジネス
-------------------	-------------	----------------------------

コースのねらい	インターネットを活用した広告及びコマースの現状を理解することで、インターネットを活用したビジネスチャンスの拡大を検討できる知識を習得する。
----------------	---

	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)
講義内容	1	インターネットビジネス概論 1. インターネットを取り巻く環境 ・総務省情報通信白書、インターネット白書をベースに、インターネットがどのような層にどれくらい使われているかを確認します。年代別の使われ方、デバイスの使い方を学びます。 2. インターネットの新しいトレンド ・生成AI(ChatGPT等)、Web3、メタバース、フェイクニュース等、耳にすることが多くなった最新キーワードについて確認します。 3. インターネットマーケティングの特性(ミニ演習あり) ・インターネットの強み・弱みを把握し、どんなシーンでインターネット利用が有効かを確認します。	0.5 0.5 0.5
	2	インターネット広告 1. インターネット広告とは ・インターネット広告の概要と、インターネット広告が他の広告と比較し何が優れ、どんな課題を持つかを確認します。 2. インターネット広告の分類(ミニ演習あり) ・膨大な数のあるインターネット広告を分類し、それぞれの利用シーンを検討します。 3. インターネット広告の使い分け ・分類したインターネット広告の中で、利用シーンが多い検索広告、SNS広告について理解を深めます。	0.2 0.5 0.3
	3	電子商取引(eコマース) 1. ECサイトの現状 ・経産省資料の開示データ、インターネット白書等から、ECサイトの現状について確認します。 2. ECサイトのトレンド ・ECサイトのトレンドである、後払い・ID払い・D2C・ライブコマース等について確認します。 3. 中小企業のECサイトの戦い方 ・大手の戦略である「安い・早い」、と違う軸で戦う中小企業ECサイトのあり方と、事例について学びます。 4. ワークショップ - カスタマージャーニー作り - 顧客の動きを想像する(演習) ・自社の顧客が、自社のECサイトを見つけ購入するまでの動きをワークショップで考え、その動きの中でどのような施策を実施できるかを検討します。 ・ワークショップでは前半戦の座学で学んだ知識の活用のもと、知識の定着を狙います。	0.3 0.3 0.4 2.5
	合計時間		6.0

カリキュラム作成のポイント
明日から使える知識習得と同時に、インターネットビジネスの基礎となる考え方をインプットすることで、長く使えるインターネット的思考を身につけてもらうことを目指す講座です。知識習得のため、前半の座学と、後半のワークショップの2部構成で実施します。 ワークショップ「カスタマージャーニーづくり」は、前半戦で学んだ知識の定着を狙うと共に、その場にいる参加者の事例をお題にすることで、実務に沿った解決策を導き出す実践型の研修となります。 同種の研修は過去10回ほど実施し、事後アンケートで「役に立った」が100%を記録している、参加者からの評価の高いカリキュラムとなります。

訓練に使用する機器等	
●機器・ソフトウェア(受講者用)	●機器・ソフトウェア(講師用・その他)
・なし	・PC(講師持参)
●使用するテキスト	●その他
・オリジナルテキスト	模造紙・付箋を利用(カスタマージャーニー作り) *実施機関にて準備します

利用事業主に用意をを求める機器等	備考
・プロジェクタ ・スクリーン ・ホワイトボード・ホワイトボード用マーカー	