

カリキュラム

機構施設名： 静岡職業能力開発促進センター
 実施機関名： 株式会社プロフェッショナルディベロップメント

24-22-12-114-039

D. 情報発信	インターネット活用	114 SNSを活用した情報発信
---------	-----------	------------------

コースのねらい	広報に用いるSNS(ソーシャル・ネットワーク・サービス)の利用方法と、ネット炎上が企業及び従業員に与える損害や被害に関する事例を通してSNSに潜む危険性を理解し、SNSの正しい活用方法と情報発信方法を習得する。
---------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------

講義内容	「基本項目」	「主な内容」	訓練時間 (H)	日 程				
				月 日	時刻			
講義内容	1 ■ SNSの活用	(1) SNSの特徴と仕組み【演習あり】 [SNS活用の現状把握チェックシート]を記載する(受講生の使用状況の確認)。[SNSの種類] Instagram、TikTok、LINE、YouTube、Twitter、Facebookについて。[SNSの特徴]と[社会の変革]競争から共感へ。待ちから取りに行くへ。翌日からリアルタイムへ。地域限定から地球規模へ。集中から拡散へ。双方向コミュニケーションへ。広告宣伝にかかる費用はより安価に。会社の規模によるメリットは低下する。ソーシャルメディアの定義。【演習】各会社や参加者のSNS利用についてチェックシートからSNSの利用と課題について情報交換をして課題を共有します。	0.5	令和6年 10月24日(木) ポリテクセンター 静岡	9:30~16:30 昼休憩 12:00~13:00			
		(2) SNSの活用事例の紹介【演習あり】 [SNS活用事例]Instagramの活用事例の紹介。LINEの活用事例の紹介。Twitterの活用事例の紹介。YouTubeの活用事例の紹介。Facebookの活用事例の紹介。TikTokの活用事例の紹介。[顧客行動の変化]AIDMA→AISAS→ULSSAS→UDSASSとUGCについて。[SNSの利用動向]について【演習】SNSの活用事例から各社のSNSを検索して参加者の皆様のSNSに活用する可能性について話し合います。	1.0					
		(3) アカウントの登録【演習あり】 [アカウントの登録]各SNSの利用状況について。Twitterアカウントの登録と特徴。TikTokアカウントの登録と特徴。Instagramアカウントの登録と特徴。YouTubeアカウントの解説と特徴。LINE公式アカウントの登録と特徴。プロフィールの作成。【演習】参加者からの許可を得てから各SNSの登録をしてプロフィールの作成を行います。	0.5					
	2 ■ 情報発信	(1) 写真・動画の投稿【演習あり】 [投稿テーマを決める4つのステップを踏む]目的の明確化とアカウントの使い分け。設定する情報とターゲットの絞り込み。投稿コンテンツの考案。基本となるアカウントの見た目(空気感と雰囲気)。[アカウントの世界観を決める]トーンアンドマナー(トナマナ)。共感の追求、客観視、ターゲットの思いやり。顧客目線の付加価値とは。[インパクトとストレスフリーとは]投稿の有益性とは。投稿のエンタメ性とは。役に立つ投稿とは。心に響く投稿とは。付加価値のある投稿。いいね！等のKPIについて。保存率を高めるための投稿(投稿例から知る)。高いクオリティの写真を撮影するには。基本的な3種類の構図とはポートレート機能。被写界深度(F値)とは。【演習】会社や参加者のアカウント投稿テーマを絞り込みます。アカウントのテーマを設定します。スマートフォンを使用してポートレート(F値の調節)や構図を試しに使い写真撮影を体験します。	1.0					
		(2) ハッシュタグの利用【演習あり】 ハッシュタグとは。設定する際の注意するポイント。ハッシュタグを活用する理由。ハッシュタグを使って検索する。ハッシュタグを最適化するには。ハッシュタグボリュームについて。[検索タグ]と[コミュニティタグ]を分けて使う。競合企業、人気企業やインスタグラマーのハッシュタグ活用例を知る。顧客目線の要素によるハッシュタグの利用について。参考になるオリジナルハッシュタグの活用例。【演習】いくつかのアカウント例からハッシュタグを付ける体験をします。各グループのハッシュタグの組合せを発表します(最適な組合せについて話し合います)。	0.5					
		(3) 投稿のアーカイブ【演習あり】 アーカイブとは。Instagramにおける[3種類のアーカイブ]とは(フィード、ストーリー、ライブ)。公開と非公開。プロフィール投稿の見直しについて。アーカイブ機能の操作について。投稿のアーカイブの活用例を知る。【演習】企業や参加者のアカウントからアーカイブの操作を体験します。	0.5					
	3 ■ SNSの危険性	(1) ネット炎上と企業が受けるダメージ【演習あり】 [炎上の傾向]2011~2022年におけるSNS炎上から企業が損害を受けた例を知る。SNS炎上により企業の受けるダメージとは。経営への影響と信用の低下について。SNS炎上の対策と最適な謝罪について。[デジタルタトゥー]について知る。SNSアクションの停止とコンテンツの削除について。ひとりの謝罪や対応はしない(公式なお詫びと法務の担当者による書面での回答)こと。【演習】SNS炎上の過去の例からその真因について話し合います。	0.5					
		(2) SNSによる情報漏えい、風評被害【演習あり】 個人情報の保護とは。個人情報の定義。個人情報保護法目的。個人情報に含まれる写真や動画とは。個人情報が漏洩した際の損害とは。SNS情報漏洩による現状の事例を知る。コンテンツ投稿前の確認について。発信者情報開示請求について。漏洩を防ぐトリプルチェック体制。【演習】各情報について個人情報に含まれるかどうかについて話し合います。	0.5					
		(3) SNS利用の制限【演習あり】 [ソーシャルメディアガイドライン]について。ソーシャルメディアガイドラインの策定。企業アカウントのSNS利用の目的と世界観について共有する。企業アカウントと個人アカウントの使い分け。社会的規範の意識とSNS活用におけるモラルについて。【演習】ソーシャルメディアガイドラインについて話し合いをする。	0.5					
		(4) SNS利用者の自覚と責任【演習あり】 [なによりも顧客に付加価値を提供する継続性と情報発信を]。SNS担当チームを構築して継続して投稿する体制をつくる。今起きている社会的な議題を察知して慎重に発信する(炎上は批判型から議論型へ)こと。個人の権利や主張(宗教、信条、政治等)への配慮。これからのSNSの進化について。SNSマーケティング支援の利用について。【演習】これからのSNS活用や企業や参加者のお悩みについて質問や相談等にお応えします。	0.5					
						合計時間	6時間	

カリキュラム作成のポイント	本研修は、SNSの特徴や効果的な運用について理解し、活用事例から各企業の求める顧客への情報発信や交流において必要な思考を履修するとともに、SNSを利用する際の注意点や炎上を避けるための手法等についても把握し、参加者や担当者の皆様が、企業のSNS戦略を楽しく積極的に推進する役割を果たすことを目的としています。本来は長期間かかるSNS活用についてはInstagramを主とすることにより1日に収めております。経験から気付きをうながすワークや意見交換を多く取り入れ、受講生に有益となる情報交換や人間関係構築の場となるようにワークを研修の50%以上を占めるよう制作しました。
---------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------