

## カリキュラム

機構施設名：和歌山職業能力開発促進センター  
実施機関名：株式会社インソース

(A)生産管理	チャンスをつかむインターネットビジネス
生産・開発計画	

コースのねらい	インターネットを活用した広告及びe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)Webマーケティングとは何か ①マーケティングのひとつの領域 ②インターネットによる購買行動の変化 ～AIDMAからAISASへ ③Webマーケティングの重要性	1.0
	2 インターネット広告	(1)集客施策 ～最新の代表的な集客手法を学ぶ ①SEO(検索エンジン最適化) ②リスティング広告 ③アフィリエイト広告 ④アドネットワーク広告 ⑤SNS広告 ⑥リターゲティング広告 ⑦メールマーケティング ⑧ソーシャルメディア対策  (2)Webマーケティング戦略 ①施策のポジショニング ②ユーザーシナリオ ～中古車専門店のWebキャンペーンで考える ③キャンペーン設計 ～時間軸にそって複合的にキャンペーン設計する ④Web施策の効果測定 ～インプレッション、クリック、コンバージョン  (3)BtoBのWebマーケティング戦略 ①BtoBマーケティングを振り返る ～感情よりも合理性 ②インターネットの普及で変化したこと ～人を介したのから検索エンジンへ ③意思決定プロセスとWebマーケティングシナリオ ④コーポレートサイトとブランディング、CSR ～目的とターゲット 【事例研究】パタゴニアのストーリーテリングと社会志向マーケティング  (4)Web分析 ①媒体効果 ～インプレッション数、クリック数 ②訪問状況 ～PV数、新規orリビート、流入元、検索キーワード ③サイト体験 ～ランディングページの直帰率、コンテンツ利用状況 ④コンバージョン分析 ～何がコンバージョンに貢献したのか  (5)WebマーケティングとPDCA ①PDCAサイクル ～検証や改善を含めた継続的な運用とは ②KGIとKPI ③Webサイト別KGI、KPI設定事例 ④PDCAサイクルを意識した運用体制～コミュニケーションとデータ共有	4.5
	3 電子商取引(eコマース)	(1)eコマースとは ①eコマースの定義について学ぶ	0.5
	合計時間		6.0

### カリキュラム作成のポイント

用語や基本的な考え方をWebマーケティングの一連の流れの中で体系的に学んでいただく研修です。Webを通じてモノやサービスが売れる仕組みを作るために、知っておくべきことや、成果を出すためにすべきことが何か、が分かります。BtoB企業におけるWebマーケティング戦略についても取り扱います。

### 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)
PC等の機器は使用いたしません。	PC等の機器は使用いたしません。
●使用するテキスト	●その他
インソース作成テキストを弊社印刷の上、納品いたします。	集合形式/同時双方向通信形式 どちらも同一カリキュラムでご実施

### 利用事業主に用意を求める機器等

①ホワイトボード(可能であれば2枚) ②マーカー(黒2本、赤1本、青1本) ③人数が多い場合や会場によってはマイク ④受講者の名前がわかる名札か席次表の御用意をお願いいたします。	備考
---	----