

【学習提案】

試験名： SNSマーケティング検定

■標準学習時間
45時間

■対策教材

- ① SNSマーケティング検定 公式テキスト
SNSマーケティングテキスト 発行：ウイネット
- ② SNSマーケティング検定 問題集 発行：サーティファイ

■標準学習カリキュラム

① SNSマーケティング検定 公式テキスト「SNSマーケティングテキスト」

時間	項目	公式テキスト／問題集	概要 ※必要に応じて開示
1	第1章 デジタルマーケティングの基礎知識と基礎教養 1.1 企業がマーケティングを行う目的 1.2 マーケティングの変遷とSNS	第1章 1.1、1.2	企業活動全体の中でもマーケティングの位置づけ、概念の理解 近年特に重要性が高まっていることへの理解 デジタル・マーケティングの歴史とそこにおけるSNSの位置づけ ほかのメディアとの差異
2	1.3 企業がSNSを活用する目的	第1章 1.3	各社のビジネスモデルに対して、どのようにSNSを活用しているのか 基本的な活用方針や狙いについての理解
3	第2章 SNSの媒体特性 2.1 ソーシャルメディアとSNS 2.2 SNSをマーケティングに活用するメリット	第2章 2.1、2.2	ソーシャルメディアとSNSの関係性についての理解 幅広い成果を挙げる施策（認知獲得、ブランディング、購入促進、LTV向上）の展開
4	2.3 SNSマーケティングの代表的な施策	第2章 2.3	企業公式アカウント運用、SNS広告、SNSキャンペーン、UGC活用、インフルエンサー施策、ソーシャルリスニング
5	2.4 代表的なSNS媒体 2.4.1 Facebook	第2章 2.4	Facebookの特徴、主要な機能、マーケティングの活用方法、直近のトレンド、企業の目的別の活用事例
6	2.4.2 Twitter	第2章 2.4	Twitterの特徴、主要な機能、マーケティングの活用方法、直近のトレンド、企業の目的別の活用事例
7	2.4.3 Instagram	第2章 2.4	Instagramの特徴、主要な機能、マーケティングの活用方法、直近のトレンド、企業の目的別の活用事例
8	第3章 SNS共通の実務スキル 3.1 投稿作成 3.1.1 各 SNS のコンテンツに対応した保存形式の基礎知識	第3章 3.1	各SNSのコンテンツに対応したfileの基礎知識
9	3.1.2 効果的なライティングの方法	第3章 3.1	各SNSの特性に合わせた効果的なライティングの方法
10	3.1.3 ミス・トラブルの多いポイント	第3章 3.1	投稿作成で生じやすいミスのパターンへの理解とダブルチェックなど防止方法
11			
12	3.2 ステール撮影 3.2.1 SNS用静止画のポイント	第3章 3.2	SNS用の静止画で考慮が必要なポイント（正方形・縦長・構成）
13	3.2.2 構図について	第3章 3.2	静止画撮影で基本となる構図の理解、特にSNSで人気の構図
14	3.2.3 物撮りの仕方	第3章 3.2	商品撮影で有効となる機材・構図・設定
15	3.2.4 野外での撮影の仕方	第3章 3.2	野外での撮影に必要な機材・構図・設定
16	3.2.5 基本的なレタッチについて	第3章 3.2	企業用の写真で考慮が必要なポイントと、基本的なレタッチ手法
17	3.3 動画撮影 3.3.1 SNS用動画のポイント	第3章 3.3	SNS用の動画で考慮が必要なポイント（短尺/正方形・縦長/構成）
18	3.3.2 動画撮影の仕方	第3章 3.3	野外での撮影に必要な機材・構図・設定
19	3.3.3 動画編集の仕方	第3章 3.3	撮影した動画の編集方法
20	3.4 広告・キャンペーン 3.4.1 運用型広告の基本知識	第3章 3.4	入札/最適化/目的の設計など、運用型広告共通で必要となる仕組みや知識の理解とその効果や使用目的 入札の調整/クリエイティブの入替え/予算管理
21	3.4.2 Facebook広告の特徴と出稿の仕方	第3章 3.4	Facebook広告の仕組み、活用方法、事例の学習と実際の出稿方法、クリエイティブルール
22	3.4.3 Twitter広告の特徴と出稿の仕方	第3章 3.4	Twitter広告の仕組み、活用方法、事例の学習と実際の出稿方法、クリエイティブルール
23	3.4.4 Instagram広告の特徴と出稿の仕方	第3章 3.4	Instagram広告の仕組み、活用方法、事例の学習と実際の出稿方法、クリエイティブルール
24	3.4.5 SNSキャンペーンの基礎知識	第3章 3.4	企業がSNSキャンペーンを行うメリット SNSキャンペーンを企画する際のポイントと主なルール 主要SNSで実施できるキャンペーンの種類 SNSキャンペーンの実施方法と効果測定 SNSキャンペーンを成功させるポイント
25			
26	3.4.6 インフルエンサーマーケティング	第3章 3.4	インフルエンサーマーケティングの仕組み/考え方/企業事例/注意すべきポイント
28	3.5 ユーザコミュニケーション 3.5.1 炎上とその対策	第3章 3.5	炎上のメカニズムと予防のために必要となる考え方、実際の企業事例
29	3.5.2 UGCの活用	第3章 3.5	UGCの考え方や活用方法・実際の企業事例
30			
31	3.5.3 エンゲージメントを深める施策	第3章 3.5	コメント/いいね返し/アクティビティ/UGCなどのエンゲージメントを深める施策への理解と実際の企業事例
32	第4章 プロジェクトマネジメント 4.1 KPI・データ分析・戦略策定 4.1.1 インサイトデータ分析	第4章 4.1	注目すべき3指標の用語理解（フォロワー数、リーチ、エンゲージメント）と改善手法
33	4.1.2 ソーシャルリスニングと競合調査	第4章 4.1	ソーシャルリスニングの行い方、活用方法 競合調査の行い方、分析手法

② SNSマーケティング検定 問題集

34	全体の復習（模擬問題演習1）	模擬問題1	
35			
36			
37	全体の復習（模擬問題演習2）	模擬問題2	
38			
39			
40	全体の復習（模擬問題演習3）	模擬問題3	
41			
42			
43	全体の復習（模擬問題演習4）	模擬問題4	
44			
45			