



SNSマーケティング総合研究所

〈コースC〉

AIとSNSでのマーケット 分析の“基本”と“実践”

(作成年：2024年)

コースC〈AIとSNSを使った市場分析の基本と実践〉

～概要説明～

”AIとSNSを使った市場分析の基本と実践”について、最新のAI技術とSNSのデータを組み合わせた市場分析の手法について学び、従来のアプローチでは捉えきれなかった深いインサイトや消費者の動向をリアルタイムで掘り下げ、いかにして迅速かつ精度の高い意思決定に活かしていくかを、実践的なスキルと知識として体得していただきます。

～各章の所要時間～

- ・総合動画再生時間：289.2分間
- ・講義内容の標準学習時間目安：867.6分間

・序章「AIとSNSを組み合わせた分析手法とその重要性の把握」(8分25秒間)



AIとSNSを組み合わせた分析手法とその重要性の把握

・第1章「SNSデータの収集と前処理技術」(33分54秒間)



SNSデータの収集と前処理技術

- ▷§1.1「SNSデータの種類と特性(ユーザー情報、投稿、エンゲージメントなど)」
 - ▷§1.2「データを集める際の法律や倫理面での注意点」
 - ▷§1.3「各SNSプラットフォームからのデータ収集方法とAPI活用」
 - ▷§1.4「ウェブスクレイピングの基本と注意点」
 - ▷§1.5「AIを用いたデータクレンジングと構造化の手法」
-

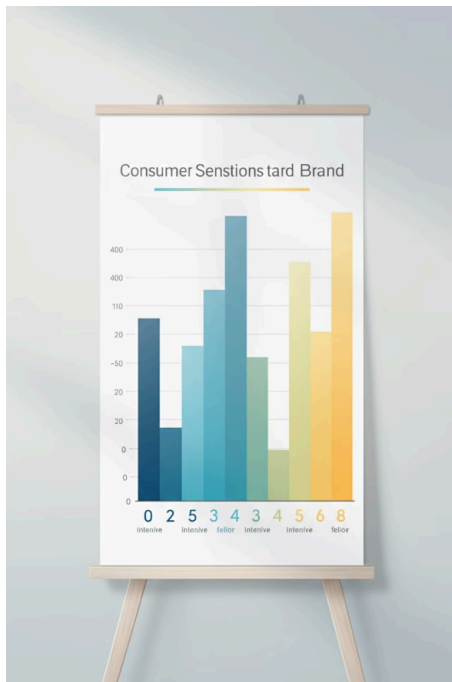
・第2章「AI活用による市場トレンド分析」(33分53秒間)



AI活用による市場トレンド分析

- ▷§2.1「市場トレンドを分析する重要性と課題」
 - ▷§2.2「機械学習モデルによるトレンド予測の基本原則」
 - ▷§2.3「時系列分析とその応用: SNSデータへの適用」
 - ▷§2.4「トピックモデリング(LDAなど)によるトレンド抽出手法」
 - ▷§2.5「AIを用いたハッシュタグ分析と可視化技術」
-

・第3章「感情分析と消費者インサイトの抽出」(31分16秒間)



感情分析と消費者 インサイトの抽出

- ▷§3.1「感情分析の基本概念と手法」
 - ▷§3.2「自然言語処理(NLP)を用いたSNS投稿の感情分類技術」
 - ▷§3.3「マルチモーダル感情分析:テキスト、画像、動画の統合分析」
 - ▷§3.4「消費者行動パターンの特定と分析手法」
 - ▷§3.5「AIによる消費者インサイト抽出プロセスと解釈方法」
-

・第4章「競合分析とベンチマーキングのAI手法」(52分15秒間)

競合分析とベンチマーキング のAI手法



- ▷§4.1「競合分析の重要性と従来手法の限界」
 - ▷§4.2「AIを用いた競合のSNSプレゼンス分析手法」
 - ▷§4.3「競合のコンテンツ戦略分析(頻度、種類、エンゲージメント)」
 - ▷§4.4「センチメント比較による競合ポジショニング分析」
 - ▷§4.5「AI支援によるベストプラクティスの特定と自社への応用」
-

・第5章「予測モデリングと戦略立案への応用」(54分50秒間)



予測モデリングと 戦略立案への応用

- ▷§5.1「予測モデリングの基本概念と種類」
 - ▷§5.2「機械学習アルゴリズムの選択(回帰、分類、クラスタリング)」
 - ▷§5.3「予測モデルの構築プロセスと評価指標」
 - ▷§5.4「モデルの精度向上テクニック(特徴量エンジニアリング、アンサンブル学習)」
 - ▷§5.5「予測結果の解釈とマーケティング戦略への反映方法」
-

・第6章「SNSデータを用いた顧客セグメンテーションとターゲティング」(74分40秒間)

SNSデータを用いた顧客
セグメンテーションと
ターゲティング



- ▷§6.1「顧客セグメンテーションの基本と重要性」
- ▷§6.2「AIを用いたSNSユーザーのクラスタリング手法」
- ▷§6.3「行動ベースのセグメンテーション: SNS活動パターンの分析」
- ▷§6.4「ペルソナ作成へのAI活用: SNSデータからの洞察」
- ▷§6.5「セグメントごとのターゲティング戦略立案と実施」