

高等教育活性化シリーズ 215(通算 532 回)

2012 年 6 月 22 日(金)

求められる PR・ブランディングカ/リスク管理対策

ソーシャルメディアの活用と留意点

～受験生世代の利用実態/ Web 広報ツールの創意工夫/ 運用ガイドライン～

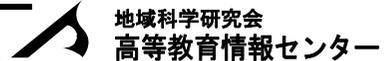
- ※ 大学選びと情報選び/ 大学の魅力を伝えるには/ 国内外の活用事例/ 場と意識の整備へ
- ※ 10 代の利用実態/ ファン増加テクニック/ 海外展開の第一歩として/ 情報のリスクヘッジ
- ※ 風通しのよい大学にむけて/ 複数アカウントの協働/ メディアポリシー/ 運用上の成功と失敗
- ※ 誰が更新する? / 車内吊り広告との連動/ 大学としてのガイドライン/ 公開まで 10 ヶ月の攻防

● 講師陣 ●

倉部 史記 氏 / 大学プロデューサー・研究者
 河本 寛 氏 / (株) ガイアックス オンラインマーケティング部
 一戸 信哉 氏 / 敬和学園大学 人文学部国際文化学科 准教授
 新谷 陽介 氏 / (学) 関西学院 広報室 課長補佐

企画支援 (株) ガイアックス <http://www.gaiax.co.jp/jp/>

2012 年 6 月 22 日 (金) 剛堂会館ビル 会議室 (東京・麹町)



地域科学研究会
高等教育情報センター

日時: 2012 年 6 月 22 日 (金) 9:40~16:50

会場: 剛堂会館ビル (明治薬科大学) 会議室 (東京・麹町)
千代田区紀尾井町 3-27 03-3234-7362

アクセス: 東京メトロ有楽町線「麹町駅」1 番出口より
徒歩 4 分、または JR 中央・総武線「四ツ谷駅」
麹町口より徒歩 10 分
※会場の地図及び受講証を送付しますので
必ずご確認ください。

参加費: A. ご一名 (資料代込) 42,000 円 (消費税込)
B. メディア参加 (資料・音声 CD 送付) 43,000 円 (送料、消費税込)

※参加費の払い戻しは致しません。申込者の都合が悪いときには代理の方がご出席ください。

申込方法: 参加申込書に所要事項を記入のうえ
FAX または E-mail にてご送付ください。
 支払方法: 銀行振込・郵便振替・当日払いがあります。
 みずほ銀行麹町支店 普通 1159880
 三菱東京 UFJ 銀行神田支店 普通 5829767
 三井住友銀行麹町支店 普通 7411658
 郵便振替 00110-8-81660
 口座名 <(株) 地域科学研究会 >
 ※ご請求なき場合は振込受領書を領収書に
代えさせていただきます。

申込先: 地域科学研究会・高等教育情報センター
 東京都千代田区一番町 6-4 ライオンズ第 2-106
 Tel : 03(3234)1231 / Fax : 03(3234)4993
 E-mail : kkj@chiikikagaku-k.co.jp
 URL : <http://www.chiikikagaku-k.co.jp/kkj/>

☆FD・SD 及び BD 研修の本格化に伴い、2007 年から受講・修了証明書を発行しております。

キリトリ線 (※参加申込みの折は必ずお送りください)

研究会参加申込書

高等教育活性化シリーズ 215

2012 年 月 日

ソーシャルメディアの活用と留意点

当日参加 メディア参加
(に 印を入れてください)

勤務先 _____

所在地 〒 _____

連絡部課・担当者名 _____

TEL _____ FAX _____

メールアドレス _____

参加者氏名	所属部課役職名	メールアドレス

(通信欄) 支払方法 (郵便振替 当日払い 銀行振込) 必要書類 [請求書 見積書]

※この個人情報は、本セミナーの一連の業務及び今後のご案内に使用させていただきます。

時間	講義項目
9:40) 11:40	<p>□ソーシャルメディアの進化と戦略的発想 ～大学の価値を高める情報とは～ 大学プロデューサー 倉部 史記</p> <p>1. ソーシャルメディアとは (1) ソーシャルメディアの現状 (2) ソーシャルメディアの特徴 (3) 大学広報での、これまでの活用事例 (国内/海外) (4) 各ソーシャルメディアの使い分け</p> <p>2. ソーシャルメディアと学生募集戦略 (1) 高校生の、大学選びの実態 (2) 募集戦略との連動と深化</p> <p>3. ソーシャルメディア時代の、広報担当者の役割 (1) コンテンツの用意から、「場と意識の整備」へ (2) ステークホルダーは誰なのか (3) まず最初に始めるべきこと</p> <p style="text-align: right;">〈質疑応答〉</p>
12:40) 14:10	<p>□ソーシャルメディアの可能性とリスクヘッジについて ～facebook ページの活用とソーシャルメディアポリシー～ (株) ガイアックス 河本 寛</p> <p>1. 10代のソーシャルメディア利用実態について (1) 10代のインターネット利用の推移 (2) 10代におけるソーシャルメディアの利用実態</p> <p>2. facebook ページにおけるファン増加のテクニック (1) facebook ページをこう使おう (法人企業の活用事例のご紹介) (2) 学校はどのように使っていくべきか (対学内・対学外) (3) 広報活動を海外にも展開する第一歩として</p> <p>3. ソーシャルメディアポリシー(ガイドライン)の策定について (1) 炎上・情報事故のリスク (2) 炎上を起こすのは誰か (生徒・教職員等の炎上実例のご紹介) (3) 炎上・情報事故のリスクヘッジをどうとるか</p> <p style="text-align: right;">〈質疑応答〉</p>
14:20) 15:30	<p>□ [敬和学園大] “風通しのよい大学”の実現に向けたソーシャルメディアの活用 ～複数アカウントの協働/メディアポリシー作成/運用上の成功と失敗～ 敬和学園大学 一戸 信哉</p> <p>1. 学内コミュニケーションの活性化に、ソーシャルメディアはどこまで有効か? 2. ソーシャルメディア上の地域コミュニティと大学との連携 3. ソーシャルメディア普及後に、大学は何に取り組むべきなのか?</p> <p style="text-align: right;">〈質疑応答〉</p>
15:40) 16:50	<p>□ [関西学院大] 広報活動の取組と運用リスクへの対応策 (学) 関西学院 新谷 陽介</p> <p>1. ソーシャルメディアの導入と運用の実際 (1) 出遅れたソーシャルメディアの導入 (2) 誰が更新するの? 現業とのバランス (3) 新たな問題 ～ネガティブコメントへの対応</p> <p>2. 広報戦略との連動 (1) 広報コンテンツの2次利用3次利用 (2) 興味津々の同窓生 (3) 車内吊り広告とソーシャルメディアの連動 ～メッセージは社会へ</p> <p>3. ガイドラインの作成 (1) 大学としてのソーシャルメディアガイドライン ～企業や自治体ガイドラインとの相違 (2) ソーシャルメディアを起因とした事件に右往左往 (3) 一般公開まで10ヶ月の攻防</p> <p style="text-align: right;">〈質疑応答〉</p>