

2013年3月

『広報の学校』
メディア対応能力・広報実務知識を体系的に修得
対外広報（メディアリレーションズ）実務講座のご案内
全 21 講座、5月21日（火）～11月5日（火）毎週火曜日（夜間）

広報の学校
共同PR(株)スクール・セミナー事業部

謹啓 貴社ますますご清栄のこととお慶び申し上げます。

日本企業の広報環境はパラダイムシフトともいえるメディアの構造変化を受けての本格的なソーシャルメディア時代を迎え、従来とは全く異なる広報戦略とメディア対応に関する専門的な実務知識とスキルを必要とするようになりつつあります。

広報活動に対する重要性が増し、その果たすべき役割も一層拡大している中、企業・団体の広報活動も構造が大きく変化していくメディアの特性を充分意識し、広報目標とメッセージを明確にし、訴求対象や訴求内容をきめ細かく組み立てていく『戦略広報』の視点が求められています。

しかしながら、広報実務は勿論、戦略広報を実践的に研修する機会はほとんどなく、実際は広報に配属されて現場で見よう見まねで体で学習するのが現実で、実務に徹した広報業務をトータルに研修する場は相変わらずなきに等しい状況です。

こうした状況にかんがみ、広報活動の中軸となるメディアとのリレーションに特化した対外広報（メディアリレーションズ）実務を徹底して体系的に学ぶ専門コース（全 21 回、毎週火曜・夜間）を開講する運びとなりました。

このコースではメディアを対象とした広報活動に必要な 広報・CSR 活動の目的、効果、機能等の基礎知識 激変するメディアの構造変化と将来図、その影響 メディアの体制、特性、編集方針等の基礎知識から記者の行動特性に至る実務知識 対外広報の中心となるパブリシティの手法やニュースリリース等ツールの基礎・専門知識 実際の広報業務に関する具体的・実務的ノウハウ 参加型研修のメディアトレーニング（演習）を経験豊富な専門講師が徹底指導する中で、メディア対応能力、スキルを修得する体系的・実践的研修です。

1964年の創業以来46年に及ぶ企業広報に関するコンサルティング、広報実務、リスクマネジメント等の諸活動の蓄積を生かして、実務に徹した研修をめざします。

広報担当者の基礎・実務教育の一環としてご参加いただけますようご案内申し上げます。

敬具

『対外広報(メディアリレーションズ)実務講座』実施要領

対象者: 広報担当者。(未経験より実務経験5年位まで)

本講座の特色

1. 社外広報(メディアリレーションズ)実務に特化したカリキュラム構成。
2. 社外広報の主対象となるメディアに関する基礎知識から、その仕組みとシステム、特性に至る具体的、実践的なメディア研究。
3. 広報業務に関する実務知識、専門知識、対応ノウハウ修得。
4. 参加型研修のメディアトレーニング(演習)採用(ビデオ録画研修)

講座回数 全21講座

日時 2013年5月21日(火)～11月5日(火)

毎週 火曜日(PM6:45～PM8:45)

8月1日(木)～8月31日(土)まで夏休み休講 <講座開始・9月3日(火)>

講座内容 カリキュラムをご覧ください。

講師 講師プロフィールをご覧ください

会場 『広報の学校』銀座教室(共同PR株式会社 研修室)

中央区銀座7-2-22 DOWAビル4F

定員 35名

受講料 12万円『消費税、レジメ・資料代含む』

申し込み 受講申込書に記入の上、FAX下さい。

FAX送付先 03-3571-5183

広報の学校『対外広報(メディアリレーションズ)実務講座』係

締切り 5月20日(月)

申し込み順、定員になり次第締切りとさせていただきます。

受講料支払い 下記の口座にお振込み下さい。

三菱東京UFJ銀行 銀座通支店 共同ピーアール株式会社

普通口座 0656224

請求書が必要な方は申込書にご記入下さい。

受講料の払い戻しは応じかねますのでご了承ください。

申し込みされた方が都合で参加できない際の代理出席は可能です。

参加者が少数の場合、実施しないこともございます。(受講料は返金いたします)

キャンセルは必ず事前にご連絡ください。

担当講師が変更になる場合があります。

〒104-8158 東京都中央区銀座7-2-22 DOWAビル

共同PR(株)スクール・セミナー事業部『広報の学校』篠崎・浅沼

TEL. 03-3571-5159

FAX. 03-3571-5183

<http://www.kouhou.jp/>

ipr@kyodo-pr.co.jp

【専任講師プロフィール】

篠崎 良一 共同ピーアール㈱ 副社長

(主任講師)

早稲田大学第一文学部社会学専攻卒。出版社(日本実業出版社、ローリングストーンジャパン)を経て、共同PR㈱入社。企業・団体の広報・危機管理コンサルティング、広報・危機管理研修担当。2003年5月より『広報の学校』事務局長兼主任講師。

企業・団体の総合広報コンサルティング、TOP 広報コンサルティング、広報戦略策定、広報活動調査、広報部創設・育成指導、メディアトレーニングを担当。

危機管理では欠陥商品、リコール、企業不祥事、訴訟問題、企業機密・個人情報漏洩、内部告発、差別・人権問題等、数多くの危機管理実務、クライシスコミュニケーションのコンサルティングを実施。(クライシス)メディアトレーニング、マニュアル制作、危機管理調査も担当。

企業、行政、各種団体の講演、セミナー、研修講師を数多く実施。

著書に『実戦企業広報マニュアル』<韓国版が2004年に刊行>、『会社を守る!もしものときのメディア対応策』(共にインデックス・コミュニケーションズ)『広報・PR概論』(共著、同友館)『広報・PR実務』(監修、同友館)他がある。日本広報学会理事、日本PR協会、日本コーポレートガバナンスネットワーク、各会員。(社)日本PR協会認定資格『PRプランナー』試験委員。

五十嵐 寛 株式会社ハーバーコミュニケーションズ 代表取締役

1969年埼玉県浦和市生まれ。1994年3月神奈川大学経営学部国際経営学科卒業(広報専攻)。1994年4月(株)ブラップジャパン入社。企業広報を中心にイベント企画・運営、商品広報、危機対応広報などを経験。2000年2月同社退職、米国に語学留学。2000年9月米国ヒルアンドノウルトンLAオフィスで研修。2001年1月ヒルアンドノウルトンジャパン(株)入社、アカウントマネジャー。企業広報のコンサルティングのほか、クライシス・コミュニケーションやメディア・トレーニング、危機管理調査・マニュアル作成を担当。同年10月アカウント・ディレクター。2003年12月同社退職。2004年1月からフリーの広報コンサルタント、ライターとして独立。同年3月1日個人事業「ハーバーコミュニケーションズ」立ち上げ。2006年1月から事業を株式会社に法人化。

山下 智久 広報の学校講師 学校法人立教学院 広報アドバイザー

(担当 = ニュースリリース)

立教大学経済学部卒、日経新聞社入社。編集局証券部、ジャカルタ特派員、証券部次長、データバンク局国際情報部次長、(社)日本経済研究センター事務局を経て、(株)QUICK取締役、(株)QUICK電子サービス代表取締役社長。当社にてニュースリリース勉強会講師担当。

中瀬 信一郎 共同ピーアール㈱ 顧問、フリージャーナリスト

(担当 = 新聞研究、メディアトレーニング)

一橋大学経済学部卒、毎日新聞社入社。支局勤務を経て、東京本社経済部(機械、エネルギー、財界、大蔵省、日銀など担当、一時、政治部も担当)へ、経済部副部長、社長室を経て、1993年WOWOWに転籍、経営企画、渉外、広報担当役員。

小倉 正男 共同ピーアール㈱ 常勤顧問

(担当 = 雑誌研究、メディアトレーニング)

早稲田大学卒業後、71年東洋経済新報社入社、記者・編集者、企業情報部長、金融証券部長、編集局次長、名古屋支社長・中部経済倶楽部専務理事などを歴任。07年共同PR名古屋支社長。著書に「M & A資本主義」「倒れない経営」「トヨタとイトーヨーカ堂」「日本の時短革命」「第四次産業の衝撃」など多数。

小松 生林 共同ピーアール㈱ 第4業務局 局長

(担当 = PR イベント)

駒澤大学卒。食品・飲料メーカー、サービス業、自治体観光、商業施設、再開発、鉄道事業をはじめとする地域開発など BtoC 分野を中心に、レギュラー顧客約 20 社の広報業務を幅広く手掛ける。

株価との相関関係や、メディアの構造変化など独自の研究分野を持つ。ブランド資産を生かした PR、異業種間コラボによる話題づくりが得意分野。

横浜市ディスティネーションキャンペーン委員会広報メンバー、ほか広告代理店向け PR セミナーや企業向け講演も行う。

雨宮 和弘講師 クロスメディア・コミュニケーションズ㈱代表取締役

(担当 = Web、オンラインメディア研究、オンライン広報)

1983 年、東京造形大学デザイン学科卒業。日本テキサス・インスツル

メンツ、インテルジャパンにて企業広報、ウェブマネージャー。1997 年

独立し雨宮和弘事務所設立。1998 年クロスメディア・コミュニケーションズ株式会社設立し現在に至る。

オンラインメディア活用の経験は古く、数多くの実践経験を持ちコーポレート・コミュニケーションのプロとして企業のオンラインメディア活用をサポートする。

日本 PR 協会、IABC (International Association of business communicators) 正会員。

自社ホームページ (<http://www.crossmedia.co.jp/>)

呉 慶和 (株)ドゥリサーチ研究所

(担当 = ブランド)

東京理科大学理学部応用化学科卒。理想科学工業、日本カラーデザイン研究所、トータルメディア開発研究所、日本アプライドリサーチ研究所 経営・マーケティング開発室 取締役主幹研究員を経て現在、株式会社ドゥリサーチ研究所 主幹研究員、工学院大学大学院 システムデザイン専攻講師。

専門分野は「調査」「ブランド開発」「ブランドメッセージ開発」「ブランドVI開発」。

著書に『再入門 利益が上がる「市場調査」のやり方』。

マーケティングサイエンス学会、オペレーションリサーチ学会、各会員

TV研究 = 担当未定

新聞研究 社会部 = 担当未定

< 対外広報（メディアリレーションズ）実務講座カリキュラム >

(注) カリキュラム番号と実際の日程は異なります。

担当講師は変更になることもあります。

	講義名	内容	担当講師予定
1	広報の目的、機能、効果 (広報担当者の条件)	広報活動とは(定義) / パブリシティとは(対象・必要条件・特徴) / パブリシティと広告の差異 / 5つの効果 / 広報部門の機能 役割 / ステークホルダーと広報活動の関係 / 日本における広報の発展過程 / コーポレートPR・マーケティングPR・危機管理広報の関係 / 広報部 門の業務 / 広報担当者 責任者 の資質と条件	篠崎 良一
2	ニュース価値とパブリシティ <ニュースの条件(ニュース 価値分析)>	ニュースの条件 要件 / ニュースの構成要素 / ニュースの特性 / 相対価値と絶対価値 / ニュース価値分析 / 事例から見たニュース 価値分析	〃
3	パブリシティの手法	能動的手法と受動的手法 / プレス発表 / 記者クラブ発表のパターン / 会見・資料配布 / 自社発表のパターン / プレスランチョン / レクチ ャー会 / キャプションリリース / プレスキャラバン / 情報提供と取材 誘致 / パブリシティプロモートの手法 / 企画パブリシティ / プレス 発表の流れ 大型案件、記者クラブ発表他パターン別プロセス	五十嵐 寛
4	ニュースリリース	原稿の書き方 基本とポイント / リリースのテーマ / リリースとメディア / 前提条件 / ニュースリリースの書き方 / ブラッシュアップのポイント 見出し・前文・本文 / レイアウト / 留意点 (日経新聞の読み方 / 日経記者の一日) (インターネット時代のマスコミ/企業のメディア戦略と新聞記者)	山下 智久
5	ニュースリリース作成(実習)	作成リリースの添削・講評	〃
6	記者会見(発表会)実務知識	記者会見(発表会)の基本原則 / 会見者の対応ポイント / 留意点 / 会見時の態度(ビジュアル) / プレゼンテーションの基本と目的 / SHOW SEE SPEAK / アイコンタクト / ポジション / 流れ / 話し 方 / DO & DON'T / ファッションコード / 準備 / ツール	五十嵐 寛
7	取材(インタビュー)実務知識 <TVインタビュー実務知識>	コミュニケーションの目的 / インタビューの要素 / 電話対応のポイント / 取材・インタビューの二つの誤解 / 実施までのプロセス / Q & A 作成のポイント / 基本ルール / 前提 / 対応のポイント / 取材中の 注意 / 失言しないために / 記者の誘導質問 / TVインタビューのポイ ント / TV出演のファッションコード	篠崎 良一
8	メディアリレーション実務知識	記者クラブとルール(協定) / 記者クラブコンタクトの注意 / トラブル 事例 / メディア対応のタブー / メディアリレーションの原則 / 記者と の付き合い方 / 緊急時(誤報)の対応	五十嵐 寛
9	広報効果測定(調査)と広報 戦略	広報活動とPDCAサイクル / 広報戦略立案のための状況分析調査 / 状況分析調査と効果測定調査の位置づけ / 広報活動評価の3つの モデル / インプット(広報活動)調査 / アウトプット(報道分析)調査 / アウトカム(ターゲットの認知、態度、行動変化測定)調査 / 定量調査 と定性調査 / 広報効果測定の課題(問題点) / パブリシティ調査 / 広報戦略立案の要素(誰が+誰に+何を+どのように伝え どうい う変化を起こすか)	篠崎 良一
10	今 何故ブランドが重視され るのか	コーポレートブランドが今何故重視されるのか・ブランドに期待される もの(効果) / ブランドを作るものは何か / ブランド構築に欠かせない 広報戦略 / 今時代はCSRからCSV(クリエイティブシェアバリュー) へ / ブランドの変わらない価値と変わる価値	呉 慶和

11	メディアの構造変化と広報活動への影響	日本のマスメディアの特性(強大なパワー) / 日本で今最も影響力のあるメディアは? / オーバーフロー状態(情報は供給過剰) / 紙からデジタルへ / マスメディアの衰退要因 / ミドルメディアの登場と影響 / マスメディアは今も重要 / 年代別メディア接触パターン / メディアの現場(変化) / 企業広報への影響 / 広報の方向性	篠崎 良一
12	新聞研究	新聞社の組織 / タテ割り構造 / 版建て / 新聞社と環境変化 / 編集方針 / 取材体制(通信社との関係) / 記者クラブ / 記者用語 / 記者という人種とその生態 / 建前と本音	中瀬信一郎
13	新聞研究 (社会部)	社会部の組織 / 社会部記者の特性 / 事件取材、事故取材の現場 / 調査報道 / 遊軍 / 支局(通信部)	未定
14	雑誌研究	雑誌のおかれた状況 / 雑誌の種類 / 雑誌メディアの特性 / 週刊誌研究(編集長の仕事 / 取材テーマ / スケジュール / 体制 / 情報源 / 課題と将来) / 雑誌メディアへのアプローチ	篠崎 良一 小倉 正男
15	TV研究	TVメディアの現状 / 組織 / ニュース番組の取材から放送までのプロセス / TVメディアの特性 / TVPRの実務 / TVニュースになる素材 / TVメディア向けニュースリリースの作り方 / TV取材対応のポイント	未定
16	Web(オンラインメディア)研究	Web(オンラインメディア)の現状と今後 / オンラインメディアによる企業コミュニケーションの変化 / 企業、社会、メディアの関係と構造変化 / メディア手法の変遷 / ユーザー、対話の視点から見るウェブサイト事例	雨宮 和弘
17	オンライン広報	ソーシャルメディアの発展と正体 / その影響力 / 企業の活用事例 / ソーシャルメディア活用のポイント / 体制 / ソーシャルメディアポリシーとトレーニング / オンラインにおける危機管理 / リスクが発生する背景 / 対応事例	〃
18	PR イベント事例研究	PR イベントのネタ(素材)開発 / PR イベント事例研究(メディア受けする絵づくり企画例 / メディア受けするネーミング企画例 / CSR をテーマとした企画例 他)	小林 生林
19	プレス発表計画 演習	新製品発表計画の立案演習(個人ワーク+グループワーク) / 新製品に関するデータ、資料をベースにターゲット、ターゲットメディア、キーメッセージを設定し、広報ツール、プレス発表プランを考えるワークショップ	篠崎 良一
20	メディアトレーニング(電話、取材対応) 演習	各受講者が所属する組織(企業)の広報担当者として記者の取材(電話及び対面取材)を実際に体験するシミュレーショントレーニング。記者役は記者経験のある講師が担当。対面取材はビデオ録画し、講師陣が講評する。	篠崎 良一 中瀬信一郎 小倉 正男
21	メディアトレーニング(記者会見) 演習	プレス発表計画で立案したプランを使って実際に各受講者が、会見者として記者会見を実体験するシミュレーショントレーニング。記者役は、記者経験のある講師が担当。TVカメラでビデオ録画し、講師陣が講評する。	篠崎 良一 中瀬信一郎 小倉 正男

F A X . 03 - 3571 - 5183

キャンセルは必ず事前にご連絡ください。

『広報の学校』

対外広報（メディアリレーションズ）実務講座申込書

全 2 1 回 毎週 火曜日 <PM 6 : 4 5 ~ 8 : 4 5 >

日 時 = 2013 年 5 月 21 日（火）～ 11 月 5 日（火）

会 場 = 『広報の学校』銀座教室（共同 P R 株式会社 研修室）
中央区銀座 7-2-22 DOWAビル 4 F

申込日 2013 年 月 日

御社名		電話	
御住所 〒		FAX	
		Eメール	
御名前		部署・役職名	
請求書	要（ ）不要（ ）	請求書宛先	
備考欄			

参加お申込みは F A X でお願いいたします。

共同 P R（株）スクール・セミナー事業部

『広報の学校・対外広報（パブリックリレーションズ）実務講座』係

F A X 送付先 03 - 3571 - 5183

お申し込みされたご本人が参加できない場合の代理参加は可能です。