

## ＜広報の学校・PR 総研＞ —— アーカイブ受講セミナーのご案内 ——

- ① 入門広報（パブリシティ）講座
- ② 入門危機管理広報講座
- ③ 広報効果測定講座
- ④ 日米ソーシャルメディア活用セミナー
- ⑤ 明日の広報（ソーシャルメディア時代の広報戦略）セミナー
- ⑥ 病院・医療機関危機管理広報セミナー（共和ピー・アール共催）

広 報 の 学 校／PR 総 研  
（共同ピーアール株式会社）

広報分野の専門教育機関『広報の学校』と研究・調査機関『PR 総研』では、遠方の方や多忙な方に、会場に行かずにいつでも自由に繰り返し視聴できるアーカイブ受講セミナー6講座を開催いたします。

広報の基礎、実務教育の一環として、ご参加下さいますようご案内申し上げます。

### アーカイブ受講セミナー 実施概要

#### ■アーカイブ受講概要

- ・配信はインターネットアーカイブ映像となります。
- ・視聴期間：9月14日(金)～10月13日(土)の 1ヶ月間、いつでも自由に何度でも視聴することが出来ます。
- ・資料(PDF)は、ダウンロード可能です。(事前にプリントアウトしてご視聴ください)
- ・1IDで1ユーザーのみ視聴が可能です。(1IDで複数の方は視聴できません)
- ・お申込みの前にインターネット環境をお確かめください。  
セキュリティの設定や、動作環境によってはご視聴いただけない場合があります。  
以下のサンプル動画が閲覧できるか、事前にご確認の上、お申し込みください。

■テスト視聴サイト

<https://deliveru.jp/pretest5/>

ID livetest55

PW livetest55

※視聴して「閲覧できません」旨ご連絡をいただいても、応じかねますので必ず事前にご確認ください。

■推奨環境について

今回の動画配信は、株式会社ファシオの配信プラットフォーム「Deliveru」を利用しています。

推奨環境・ご質問は下記 URL をご参照ください。

◎推奨環境 <https://deliveru.jp/faq/#Q7>

◎よくあるご質問 <https://deliveru.jp/faq/>

■申込方法: 申込書にご記入の上、FAX でお申し込みください。

FAX 送信先: 0120-653-545 (アーカイブセミナー係)

■申込締切: 9月10日(月)必着

■支払方法: 下記口座にお振込みください。(振込期限:2018年10月25日)

みずほ銀行(0001) 八重洲口支店(026) 普通預金 口座番号:2677982

口座名義 : 共同ピーアール株式会社セミナー口

口座カナ : キョウドウピーアール(カ)セミナーグチ

【広報の学校】

2003 年に広報パーソンの育成・教育専門校として開校。広報の基礎から実務知識まで、理論と実習、演習を効果的に組み合わせたカリキュラムで学ぶ各講座を専門家が徹底指導。受講者は 3000 名を超える。

【PR 総研】

共同ピーアールが、2013 年に創設した調査・研究機関。社外の有識者と社内のスタッフで構成しています。広報・PR 活動の価値向上を目的とした調査・研究、セミナーやシンポジウムを実施しています。

この件に関するお問い合わせ先

共同ピーアール株式会社 広報の学校 事務局 篠崎、上瀧、大八木

〒104-8158 東京都中央区銀座 7-2-22 DOWA ビル

TEL: 03-3571-5179/FAX: 0120-653-545

e-mail: kohonogakkou@kyodo-pr.co.jp

# 講座・セミナー案内

## ①入門広報(パブリシティ)講座

### ■本講座の特色:

1. パブリシティ(メディアへの情報提供)実務に特化したカリキュラム
  - ◆実務に役立つ実践ノウハウの修得
2. ニュース価値(メディアに受け入れられる情報とは何か)の理解
3. パブリシティに不可欠の基礎知識の修得
  - ◆メディアの変化を踏まえた5つのメディアに関する基礎知識  
(メディアの種類/仕組み/特性/報道に至るプロセス)
  - ◆パブリシティの手法に関する基礎理解
  - ◆取材対応等の広報実務に関する基礎理解
  - ◆パブリシティツールに関する基礎理解

■受講料: 35,000 円(消費税・資料代含む)

### 入門広報(パブリシティ)講座 カリキュラム

時 間	内 容	講師
講座1 (60分)	＜広報とは、ニュース価値とは＞ 広報活動の目的、効果、機能/レピュテーション（コーポレートブランドと広報）/ ステークホルダーとパブリシティの関係/広報と広告/パブリシティとは/ニュース (価値) とは/ニュースの条件	篠崎 良一
講座2 (60分)	＜webメディアとは＞ メディアの現環境（ニュースプラットフォーム、ポータルサイト、キュレーションメ ディア）/webメディアが求める情報/企業とwebメディアのコミュニケーション/ 動画PRについて	吉岡 大輝
講座3 (90分)	＜メディアとは＞ メディア環境の変化/メディア（新聞、雑誌、TV、インターネット）の基礎知識/ 記事、報道までのプロセス/記者について	篠崎 良一
講座4 (70分)	＜パブリシティの手法とツール＞ ①パブリシティの手法（プレス発表/記者会見/資料配布/リーク/ランチョン/レ クチャー会/取材協力…） ②パブリシティツール（ニュースリリース/ニュースレター/データリリース/ファ クトブック/パブリシティ調査）	
講座5 (60分)	＜取材対応とメディアとのリレーション＞ 広報担当者の資質と条件/記者との関係/メディアリレーションの基本/取材対応 (電話・インタビュー)のポイント/取材依頼から実施までのプロセス/Q & A 作成 のポイント	

### 講師プロフィール

#### 篠崎 良一

PR総研所長(広報の学校 学校長)、広報コンサルタント、危機管理広報コンサルタント、メディアトレーナー  
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、  
共同ピーアール(株)入社。取締役副社長を経て現職。2003年5月『広報の学校』を開校。2013年1月『PR総研』を設立。  
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。  
著書に『入門メディアトレーニング』(アニモ出版)、『実践企業広報マニュアル』、『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)、  
『パブリックコミュニケーションの世界』(共著、北樹出版)他がある。(社)日本PR協会認定『PRプランナー』試験委員。

吉岡 大輝

共同ピーアール株式会社（PR11部／デジタルコミュニケーション部）

東京大学大学院卒（システム情報学修士）。共同ピーアールにて重工業、鉄鋼業、通信事業者などの B to B の製造業を担当しているほか、テレビ、ゲームなど B to C の製造業クライアントも担当。それらの経験から IT 系、技術系、コンシューマー系メディアとのコネクションが強い。Web メディアに対するコミュニケーションのほか、報道分析などの数的分析も得意とする。

## ②入門危機管理広報講座

### ■本講座の特色：

1. 具体的な事例研究と実践的対策
2. ソーシャルメディアリスク対応ノウハウの修得
3. 最近の企業不祥事の傾向（トレンド）と今後の方向性
4. 危機管理の基本（基礎）から具体的なクライシスコミュニケーション  
（危機管理広報＝メディア対応）の実務知識、スキルの修得

■受講料：35,000 円（消費税・資料代含む）

### 入門危機管理広報講座 カリキュラム

時 間	講義テーマ	内 容
<b>講座 1 (120分)</b>	事例研究 （杭打ちデータ改ざん） （廃棄食品横流し） ソーシャルメディアリスク 事例研究とリスク対応	経緯／関与企業の会見・広報スタンス比較／緊急記者会見分析／広報対応の問題点 経緯／ステークホルダーの評価／成功の要因／リリース炎上テーマ／炎上に至るパターン／拡大パターン／必要な要素／事例研究（過労死問題コメント炎上）／影響のパロメーター／リスク対応プロセス／対応のポイント／炎上の企業リスク／未然防止策／炎上対策／電凸対応
<b>演習 (60分)</b>	＜演習＞ 簡易シミュレーション	各自でリスクシナリオを読んで（キーメッセージ／Q & A／ステートメント）を作成
<b>講座 2 (90分)</b>	危機管理の基本	企業不祥事の 5 つのトレンド／危機管理の目的／リスクとクライシス／4 つのリスク対応／リスク評価／危機管理広報とブランド回復プロセス／なぜ失敗するのか／平常時広報と危機管理広報の違い／プロセス／5 つのダメージ／企業批判の三分野／危機管理の基本
<b>講座 3 (120分)</b>	危機管理広報	危機時の広報担当者の業務／マスコミの企業不祥事への視点／電話対応のポイント／対面取材のポイント／緊急記者会見が必要なケース／緊急記者会見の意味と基本原則／記者会見対応のポイント／避けるべき失言／出席者の注意／コメントの注意／態度／Q & A 作成のポイント

### 講師プロフィール

篠崎 良一

PR総研所長（広報の学校 学校長）、広報コンサルタント、危機管理広報コンサルタント、メディアトレーナー

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、共同ピーアール（株）入社。取締役副社長を経て現職。2003 年 5 月『広報の学校』を開校。2013 年 1 月『PR総研』を設立。

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。

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。

著書に『入門メディアトレーニング』(アニモ出版)、『実践企業広報マニュアル』、『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)、『パブリックコミュニケーションの世界』(共著、北樹出版)他がある。(社)日本PR協会認定『PRプランナー』試験委員。

### ③広報効果測定講座

#### ■本講座の特色：

1. 具体的な事例研究と実践的対策
2. ソーシャルメディアリスク対応ノウハウの修得
3. 最近の企業不祥事の傾向(トレンド)と今後の方向性
4. 危機管理の基本(基礎)から具体的なクライシスコミュニケーション  
(危機管理広報＝メディア対応)の実務知識、スキルの修得

■受講料：35,000 円(消費税・資料代含む)

#### 講師プロフィール

##### 秋山 和久

株式会社タンシキ 代表取締役 兼 経営・広報研究所長

媒体側(記者)、受注側(PR 会社、広報コンサルタント)、発注側(広報実務)をすべて経験した広報コンサルタント。

2016 年 6 月に株式会社タンシキを設立。企業・自治体・研究機関等の広報戦略策定や目標設定、広報人材育成等、広報に係るマネジメント領域の支援を中心に行う。

##### 呉 慶和

PR総研客員研究員、工学院大学大学院システムデザイン専攻講師

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、株式会社ドリサーチ研究所主幹研究員データストラテジスト、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VpI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。

##### 篠崎 良一

PR総研所長(広報の学校 学校長)、広報コンサルタント、危機管理広報コンサルタント、メディアトレーナー

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、共同ピーアール(株)入社。取締役副社長を経て現職。2003 年 5 月『広報の学校』を開校。2013 年 1 月『PR総研』を設立。

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。

著書に『入門メディアトレーニング』(アニモ出版)、『実践企業広報マニュアル』、『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)、『パブリックコミュニケーションの世界』(共著、北樹出版)他がある。(社)日本PR協会認定『PRプランナー』試験委員。

## 広報効果測定講座 カリキュラム

	時間	テーマ	内 容	講師
第 1 部	50分	【講義】 効果測定とは	<ul style="list-style-type: none"> <li>・広報の仕事の特徴 経営活動における広報業務の位置づけ／広報は効率ではなく効果の最大化を考えることが基本姿勢</li> <li>・効果測定とは あくまでも効果を測定するものが効果測定／アセスメント・目標設定・KPI等の様々な周辺概念を整理し「効果測定」の スコープを理解する。</li> <li>・効果測定のステップ</li> <li>・広報活動で一般的に指標として活用されているもの</li> <li>・活動プロセスに応じた指標例 報道対応／社内広報／ホームページ／SNS</li> </ul>	秋山 和久
	30分	【演習】 効果の測定方法を考えるワーク	<ul style="list-style-type: none"> <li>・期待効果を考えるワーク 個人ワーク／意見交換</li> <li>・期待効果を検証可能なデータに置き換えるワーク 個人ワーク／意見交換</li> </ul>	
	20分	【演習】 目標設定演習	<ul style="list-style-type: none"> <li>・検証可能なデータを目標として記述するワーク 解説：目標の設定方法 演習：個人ワーク／意見交換</li> </ul>	
	10分	まとめと質疑応答	・全体の質疑応答	
第 2 部	60分	ブランド広報効果測定	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ブランドの定義と広報戦略</li> <li>・コミュニケーションモデルの変化と広報戦略</li> <li>・ブランドパワーの測定（ケーススタディー）</li> <li>・効果測定を次のブランド広報戦略に活かす</li> </ul>	呉 慶和
	60分	次世代のコミュニケーションモデルと広報効果測定	<ul style="list-style-type: none"> <li>・コミュニケーションステップとメディアの役割 ステップ別KPIの設定</li> <li>・SNSの活用とオウンドメディアの評価</li> <li>・クロスメディア分析</li> <li>・社内モチベーション向上と広報戦略</li> </ul>	
	30分	危機管理広報	<ul style="list-style-type: none"> <li>・危機管理広報とはなにか</li> <li>・予兆事象を捕まえ、危機に備え、回避する</li> <li>・ダメージを測定し、ピンチをチャンスに変換する</li> </ul>	
	10分	まとめと質疑応答	・全体の質疑応答	
第 3 部	50分	バルセロナ宣言 効果測定指標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・効果測定に関する7つの原則（バルセロナ宣言）</li> <li>・広報効果測定のKGIとKPI ＜KGI＝アウトカム指標、KPI＝インプット指標、アウトプット指標＞</li> </ul>	篠崎 良一
	50分	広報効果測定の前提と目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・そもそも広報の目的は？＜目標設定と効果測定＞</li> <li>・広報活動の基本要素＜①誰に（ターゲット）②何を（キーメッセージ）③どのメディア（ターゲットメディア）で④どの方法（PR手法）で伝え⇒⑤どういう行動（態度・行動変化）を 取ってもらう＞</li> <li>・2つのパラダイムシフト＜①情報接触の5つの構造変化 ②ターゲット自体の変化（マスの消滅とクラスター・小集団化）＞</li> </ul>	

## ④日米ソーシャルメディア活用セミナー

### ■本セミナーの特色：

1. ソーシャルメディアからニュースを知る時代、情報の受け手だった生活者が情報の作成・流通・拡散の主人公になった時代のパラダイムシフトを解説
2. ソーシャルメディア先進国のトレンドと変化、活用事例を紹介・解説
3. 日本におけるソーシャルメディア活用の現状と課題、先進事例を紹介・解説

■受講料： 35,000 円 (消費税・資料代含む)

### 日米ソーシャルメディア活用セミナー カリキュラム

時 間	プログラム	講師
1 部 米・世界編 (90分)	1. 世界のソーシャルメディアのトレンドと変化 - デジタル社会における人々とメディアの変化 - ソーシャルメディア2018のトレンド - 象徴的な3つの事象 - Content is (still) King 2. グローバル企業が展開しているソーシャルメディアの活用事例 4-5 Case Studies 3. Q & A	結城 彩子
2 部 日本編 (100分)	1. 日本企業を取り巻く社会変化とソーシャルシフトの影響 - メディアリレーション - データとストーリーテリング 2. 企業広報における日本企業のソーシャルメディア活用の現状 - ブランディング - マーケティング - CSR - インターナル - 人材採用 - 危機管理 - カスタマーサポート 3. ソーシャル・シフトに対する日本企業の課題と対策 - デジタルトランスフォーメーションの影響と適用課題 - 目的の不在がソーシャルツールの適用に及ぼす影響 - 組織にソーシャル・シフトを浸透させるプロセス 4. Q & A	雨宮 和弘

### 講師プロフィール

#### 結城 彩子

Ys and partners, Inc (U.S.A.) ワイズアンドパートナーズ・ジャパン株式会社 取締役副社長

#### ブランドストラテジスト

外資系広告代理店 J.W.トンプソンでのグローバル・ブランディングと、ベネッセコーポレーションのコーポレートブランディングなどの経験を経て2002年に米国で Ys and partners, Inc を、2005年にワイズアンドパートナーズ・ジャパン株式会社を共同創業。現在はカリフォルニア、東京、横浜の3拠点において、ブランディング&クリエイティブエージェンシーとして活動している。

日本国内とグローバル展開する企業やブランドの調査からコミュニケーション戦略の立案を手掛け、広告、マーケティング、PR、ブランディングなど統合的施策のプランニングを得意とする。

ほぼ毎月、日米のオフィスを往復しながら、その傍らで大学、行政機関などで講演や、執筆活動を続けている。

クライアントに JETRO, Cool Japan Fund, Nissin, Ricoh, Yakult, ANA Trading, Kirin, UCAN America, GEO, Fujitsu など。

## 雨宮 和弘

クロスメディア・コミュニケーションズ株式会社 代表取締役社長

外資系半導体企業（日本TI、インテル）にて企業広報を担当。1994年、日本におけるネット商用利用開始時期より率先して企業広報視点でのウェブ活用を考える（日本TI）。1996年、インテルにて初代ウェブマスター。1998年に独立。大手企業、団体のウェブ活用支援（「ビジネスプロセス」＋「情報技術」＋「広報コミュニケーション」の理解）

- ・外資系日本支社のウェブコミュニケーション展開
- ・海外向けメディアリレーションとウェブコミュニケーション
- ・インナーコミュニケーション（グローバル、ローカル）
- ・IR、CSR、採用、パブリックリレーションとのウェブ連携等に強みを持つ
- ・セミナー講演（経済広報センター、宣伝会議、日本パブリックリレーションズ協会、他）
- ・ネット活用を通じてビジネスに寄与する広報組織と人材育成

日本広報学会理事、IABC (International Association of Business Communicators) 日本代表

## ⑤明日の広報（ソーシャルメディア時代の広報戦略）

### ■本セミナーの特色：

1. 米国 PR 事情に精通した専門家が PR の最先端現場で起きているパラダイムシフト、グローバル PR のトレンドを解説
2. ネットとネットニュースの過去、現在、将来とネットニュース編集の特徴、活用のコツを解説
3. 情報接触のパラダイムシフトとメディアの構造変化を俯瞰し、広報活動の将来像と方向性を解説

■受講料：35,000 円（消費税・資料代含む）

## 明日の広報（ソーシャルメディア時代の広報戦略）カリキュラム

	時間	テーマ	内 容	講師
第1部	90分	グローバルPRのトレンドとパラダイムシフト	変わる情報流通構造／PRの変質／海外メディアのトレンド／広がるPRの領域／エンゲージメントの作り方／ニュースとストーリーの違い／ストーリー発信の手法／ブランドのメディア化とは／ソーシャルグッドとの向き合い方／インターナル最前線／トップコミュニケーション／チェンジマネジメントにおける情報発信／産業としてのPRの発展性	岡本 綾子
第2部	90分	ネットとネットニュースの過去、現在、将来	キュレーションサイト問題の本質／ネットメディアの自浄作用／ウェブコンテンツの現状／ネットはすでにマスメディア／レッドオーシャン／勝負は周辺情報といかにサイト内に留まってもらうか／エンタメの強さ／Yahoo!対応／ネットでの評価軸／ネットで愛される企業・嫌われる企業／タイトルの重要性／企画の立て方／ネット編集者から見たウケるネタ／ネットと上手く付き合う10ヶ条	中川 淳一郎
第3部	70分	情報接触（メディア）のラダイムシフトとコンテンツファースト時代の広報	情報接触のパラダイムシフト／情報過剰時代のメディア接触パターン／スマホとソーシャルメディアが変えた情報流通の世界／垂直統合メディアと水平展開メディア／中軸メディアの移行／トリプルメディアからPESOへ／量（マス）から質（対話・共感・つながり）重視へ／オウンドメディアとソーシャルメディア／コンテンツファースト広報の時代	篠崎 良一



## 岡本 純子

コミュニケーションストラテジスト、株式会社グローコム代表取締役社長

早稲田大学政経学部政治学科卒、英ケンブリッジ大学院国際関係学修士、元米 MIT 客員研究員。読売新聞経済部記者、電通パブリックリレーションズコンサルタントを経て、現職。海外 PR 支援やパブリックスピーキングのコーチングなど、「世界で勝てるグローバルスタンダードのコミュニケーション」実現に携わる。約千人の社長、企業幹部へのプレゼン・スピーチのコーチングやコミュニケーションアドバイスを手掛けた“リーダーシップコミュニケーション”の草分け。米 NY にて、パブリックスピーキング及びパブリックリレーションズの最先端事例を学ぶ。その奥義を日本流にアレンジし、多角的な科学的知見とボディランゲージなどのスキルを融合したユニークな“コミュカ改善プログラム”を開発。リーダーシップを強化し、ビジネスチャンスが大きく広げるコミュニケーションの実践的なノウハウやスキルをわかりやすく教える。著書に『世界一孤独な日本のオジサン』（角川新書）。東洋経済オンライン他でも執筆多数。

## 中川 淳一郎

ネットニュース編集者、PRプランナー、ライター

1973 年生まれ。東京都立川市出身。一橋大学卒業後、博報堂で企業の PR 業務を担当。その後『テレビブロス』のフリー編集者、企業の PR 活動、ライター、雑誌編集などを経て『NEWSポストセブン』、『AbemaTIMES』など様々なネットニュースサイトの編集者として活動。

主な著書に『ネットは基本、クソメディア』（角川新書）、『ウェブはバカと暇人のもの』（光文社新書）、『ネットのバカ』（新潮新書）、『ウェブでメシを食うということ』（毎日新聞出版）、『謝罪大国ニッポン』（星海社）他多数。他に週刊誌の連載も。

## 篠崎 良一

PR総研 所長／広報の学校 学校長（共同ピーアール株式会社）、広報コンサルタント、危機管理広報コンサルタント、メディアトレーナー

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、共同ピーアール（株）入社。取締役副社長を経て現職。2003 年 5 月『広報の学校』を開校。2013 年 1 月『PR総研』を設立。

著書に『入門メディアトレーニング』（アニモ出版）、『実戦企業広報マニュアル』、『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）、『パブリックコミュニケーションの世界』（共著、北樹出版）他がある。

（社）日本 PR 協会認定資格『PRプランナー』試験委員。

## ⑥病院・医療施設 危機管理広報セミナー（共和ピー・アール、PR 総研共催）

### ■本セミナーの特色：

1. 実際の事例を挙げて、その問題点と対応策について解説します。
2. 緊急時の初動の危機管理広報の重要ポイントを習得していただきます。
3. 緊急時の適切なメディア対応を講義と演習を通して習得していただきます。

■受講料：21,600 円（消費税・資料代含む）

## 病院・医療施設 危機管理広報セミナー カリキュラム

	内 容
<b>&lt;第 1 部&gt;</b> <b>講 義</b> <b>(110 分)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事例研究「病院・医療施設での事故・事件」 医療機関の適切なリスク対応のあり方とは？</li> <li>・医療機関のリスク対応 医療リスク報道の契機／医療事故・事件に対するメディアの視点／情報公開における留意点／プレス発表の目的、公表基準、公表内容</li> <li>・危機管理の基本原則 危機管理と危機管理広報の目的／リスク評価の重要性／危機管理広報とブランド回復プロセス／失敗はなぜ起こるのか／平常時との広報の違い／危機管理のプロセス 5 つのダメージ／批判の三分野／危機管理の基本原則</li> <li>・危機管理広報 危機時の広報担当者の業務／マスコミの不祥事への視点／電話対応のポイント／対面取材のポイント／緊急記者会見が必要なケース／緊急記者会見の基本原則／記者会見対応のポイント／避けるべき失言／出席者の注意／コメントの注意／態度／Q &amp; A 作成のポイント</li> </ul>
<b>&lt;第 2 部&gt;</b> <b>演 習</b> <b>(170 分)</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・事前に、演習資料をダウンロードして演習していただきます。</li> <li>「回答事例」を配信します。</li> </ul>

### 講師プロフィール

#### 篠崎 良一

PR総研 所長／広報の学校 学校長（共同ピーアール株式会社）、広報コンサルタント、危機管理広報コンサルタント、メディアトレーナー

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、共同ピーアール(株)入社。取締役副社長を経て現職。2003 年5月『広報の学校』を開校。2013 年1月『PR総研』を設立。

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。医療関連団体の危機管理コンサルティング、多くの危機管理研修、メディアトレーニング、講演を担当。

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『入門メディアトレーニング』（アニモ出版）、『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）、『パブリックコミュニケーションの世界』（共著、北樹出版）他がある。日本広報学会、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。

#### 【共和ピー・アール】

1981年創業。共同PRグループに属し、医療・医薬および大学関係を専門領域とし、豊富な実績を有する。マスメディアとのフェイス・トゥ・フェイスの折衝を通じた親密な友好関係を基盤に、さまざまな企業の広報支援を実施。

アーカイブ受講セミナー係

FAX:0120-653-545

## アーカイブ受講セミナー申込書

申込講座のチェック欄に○印をお付けください。

申込日:2018 年 月 日

チェック欄	講 座 名	収録日	受講料
	①入門広報(パブリシティ)講座	2017年11月1日	35,000円
	②入門危機管理広報講座	2017年9月27日	35,000円
	③広報効果測定講座	2018年7月26日	35,000円
	④日米ソーシャルメディア活用セミナー	2018年5月31日	35,000円
	⑤明日の広報(ソーシャルメディア時代の広報戦略)	2018年3月27日	30,000円
	⑥病院・医療機関 危機管理広報セミナー(共和ピー・アール共催)	2017年11月16日	21,600円

貴社名			
部署・役職名			
お名前			
御住所	〒		
電話		FAX	
e-mail			
請求書	要 ・ 不要 (どちらかに○)		
請求書の送付先	※上記と異なる場合のみ、ご記入ください。		
※今後、セミナーのご案内をメールで希望される場合は、○印をお付けください。 メールで希望します ( )			
《通信欄》			

- ・ お申込みは FAX でお願いいたします。FAX: 0120-653-545 アーカイブ受講セミナー係
- ・ お申込み受付け後、受講要領をメールにてご連絡いたします。
- ・ 受講料の払い戻しは応じかねますのでご了承ください。