

授 業 科 目 の 概 要

(広報・情報研究科)

科目 区分	授業科目の名称	講義等の内容	備考	
基幹科目群	基礎科目	社会学・情報学の基礎	高度情報社会という呼称が定着しているものの、その正確な理解や考察のキーポイントは曖昧なものが多い。そこで社会学、情報学の基礎理論とその現代的意義について理解を深め、修学の基礎的な知識の確認を行う。特に社会システムや情報をめぐる社会的課題を重点的に学ぶものとする。	【教員】 上野征洋
		コーポレート・コミュニケーション(企業PR)	企業広報の大意は企業の社会化、イメージの向上であるが、社会と企業とのよりよい関係を樹立する情報交流のあり方がより重要である。企業の顔づくりになる広報活動の基礎的な理論と実際を考察しながら社会的責任や企業イメージ、レピュテーションなど多様なノウハウや知識を習得する。	【教員】 井上邦夫
		マーケティング・コミュニケーション(事業PR)	事業戦略や消費生活を支えるコミュニケーション戦略の重要性が叫ばれる今日、マーケティング・コミュニケーションはその主軸をなす領域である。マーケティングにおける多様な戦略を知り、広告や販促などの相乗効果を視野にコミュニケーション戦略のあり方を検討する。	【教員】 北見幸一
		広報・情報の社会史	社会と情報の関わり、企業、行政における約100年にわたる広報・コミュニケーション活動の歴史を概観し、社会変容の経緯、歴史的意味を検証する。高度情報社会に至る広報の理論形成と情報の歴史に関する専門知識を習得し、これからの情報社会を展望する。	【教員】 上野征洋
		ICTと情報社会	ICT (Information&Communication Technology) の進展はそのまま社会変化のドライビング・フォースとなっている。ICTがもたらすネットワーク社会の変化を検証し、高度な情報化がもたらす企業や地域社会への影響や人々の情報行動についての課題を考察する。	【教員】 安藤元博
		広報マネジメント(基礎)	広報計画の立案、広報活動の運営を基軸に、人的資源や広報技術の最適組み合わせ、戦略目標の達成へ向けた広報計画、コンプライアンスの施策など、とくに計画づくりや戦略立案の面から広報マネジメントの基本や基礎知識を学ぶ。	【教員】 小早川護
		マーケティングの理論と実務	市場の成熟やメディア環境の多様化に伴い消費者の購買行動も大きく変化してきた。そこで、これからのマーケティングの在り方を考えるために、マーケティング・マネジメントやマーケティング・コミュニケーションの在り方を検討し、商品開発から販売促進に至るまで市場戦略の在り方を修得する。 (オムニバス方式/全15回) <input type="checkbox"/> (3 谷口 優/9回) マーケティング環境の変化、マーケティングにおける広報の位置づけ・役割、マーケティング戦略と広報戦略の実務についてを担当する。 (7 村山貞幸/6回)	オムニバス 【教員】 谷口優 村山貞幸

基幹科目群	専門基礎科目	パブリシティの理論と実務	パブリシティ活動は、広報のもっとも基礎的かつ戦略的な手法である。広報パーソンに必須の理論と実務を修得し、実践能力の向上を図り、フェイスブックやSNSなどメディアの多様化に伴うパブリシティ技法の革新を含めて新たな展開手法を研究する。	【教員】 北見幸一
		情報コンテンツ戦略	情報技術の進化に伴う情報発信コストの著しい低減によって企業が自らメディアを運用し、広報活動に活用する機会が増えている。商品プロモーションや企業活動に貢献するメディアを設計し、コンテンツを用意し、発信・運用する技法とノウハウを身につける。	【教員】 谷口 優
		ITとSNS広報	ホームページ、ブログ、ツイッター、さらにはIoTの活用まで多様な電子メディアによる広報手法を検討し、多様なメディアの組み合わせによる最適化やクラウドの活用など、最先端の情報技術を学び、広報効果の最大化をめざす手法の研究、ユビキタス社会への展望を拓く。	【教員】 加藤恭子
		リスク・マネジメント(危機管理と情報対策)	近年とみに重視されるようになったリスク・コミュニケーション。その本質や基礎を学ぶために、自然災害、人為的事故、事件、そして法令遵守のガイドラインまで、現代社会におけるリスクの諸相を学び、危機管理と情報対策の基礎知識を習得する。	【教員】 白井邦芳
		情報社会のコミュニケーション・デザイン	高度情報社会におけるコミュニケーション設計はどうあるべきか。これまでの送り手発想から脱却し、新たなクリエイティブを考え、日々変化する情報テクノロジーの特性を理解することで生まれる新しいコミュニケーション戦略のあり方を最先端の領域で考えてゆく。	【教員】 安藤元博
	技法科目	エディティング&ライティング技法(情報・編集・表現)	多様な記号と文字の洪水から重要な情報をどう選択し編集するのか。データベースの活用や編集技術、メディア・リテラシーのあり方、パブリシティやオウンドメディアへの情報掲載などを研究し、広報パーソン必須の情報収集・分析力と表現技法を高める。	【教員】 田中里沙
		データ分析と調査(フィールド・サーベイ)	ビックデータの解析、論調分析などは広報パーソンの重要な基礎能力である。多様な情報から課題を発見したり、わずかなデータの変化に危機を予測するなど、基礎から応用までの分析能力を高める。データや論説は実例に即したものを利用し仮説・検証の手法を高めてゆく。	【教員】 中野 崇
		情報科学の基礎	日常生活から高度な通信技術まで、現代社会は情報科学、すなわちコンピュータとウェブの利活用なしでは社会は運営できない。この科目では、そうした情報科学の基礎知識から情報倫理、情報セキュリティ、簡単なウェブ構築の方法まで、実技を含めて修得し、IT社会への正確な理解と技法を身につける。	【教員】 渡邊順也
		オウンド・メディア戦略	企業や行政と受け手を結ぶメディアの中で、その存在感が注目されているWebサイトやSNS広報など、制御可能なメディアをどう駆使して新しい情報世界をつくるのか。これからの産業社会や地域社会で新たな役割を果たすオウンド・メディアの実務と活用法を身につける実践科目。	【教員】 渡邊順也

専 門 科 目	リクルーティング広報(人材情報)	企業であれ行政であれ、人材は最重要の経営資源である。どのような広報展開で良い人材を集めるのか、そのノウハウや事例分析から高度な情報社会におけるリクルート広報のあり方を実践事例から効果の評価手法などを学ぶ。	【教員】 渡邊嘉子
	C S R コミュニケーション(広報倫理)	企業の社会的責任の基準となったSR24000シリーズをベースに、経営における環境・経済・社会・人権との調和やステークホルダーへの責任を検証しながらC S Rの展開と非財務情報の公開など、信頼のコミュニケーションとこれからの企業社会のあるべき姿を展望する。	【教員】 坂本文武
	I R 広報	企業経営における株主やステークホルダーのプレゼンスが高まっている。I R (インベスターズ・リレーションズ) は近年ますます重要性を増し、格付機関やアナリスト向けの広報活動も含めて、企業財務を情報に変換して展開するIRの課題から実務まで知識と手法を学ぶ。	【教員】 柴山慎一
	組織内コミュニケーション	アイデンティティの強化、部門間連携など組織マネジメントの要になる社内広報やグループ内広報のガバナンスを学び、多様な企業のインターナル・コミュニケーションなど事例研究をふまえて、課題解決への実践能力を高める。加えて、人材育成につながる手法の研究をおこなう。	【教員】 柴山慎一
	ブランド・マネジメント	ブランドは経営資産であり、アイデンティティ形成作用やシンボル機能など多様な役割を果たし、人々の行動や意思決定に示唆を与える。商品ブランドにとどまることなく、地域ブランドやグループブランドなど多様な事例をふまえて、ブランド戦略のあり方とその未来を考察する。	【教員】 北村秀実
	グローバル広報	グローバル化の進展に伴う情報交流や発信は日増しに重要性が高まっている。世界情勢の分析から現地でのリスク・マネジメントや情報収集、本社との役割分担などの実際を学び、企業進出や課題解決の広報ノウハウまで事例分析をふまえて研究する。	【教員】 北村秀実
	次世代広報の役割と効果測定	情報化の進展によって、ソーシャルメディアの活用が普及し、多様な情報環境が形成され、より高度な情報利用が行われている。ソーシャルメディアによるマーケティングと広報効果の測定など新たな情報環境の機能と役割を問い、高度な知見を身につける。	【教員】 池田紀行
	地域活性化と地域情報	地域社会経営の要諦である「地域産業」のあり方は住民生活も左右する。内外の地域ブランド、地域産業戦略などの考察を通じて、これからのコミュニティ・マネジメントのあり方を考察する。変容と変革が求められる地域活性化の実態を学び、情報の機能と役割を再点検する。	【教員】 榎並利博
	電子政府・電子自治体	電子政府・電子自治体と呼ばれる情報によるインフラ形成は、近年、ビッグデータの扱いやとくに重視される住民の安全と医療・福祉から地域経済の活性化。地方分権一括法からマイナンバー制度まで、多様な活用法のノウハウや事例から新しいICT社会や地域社会のあり方を展望する。	【教員】 榎並利博

専門科目	非営利組織（NPO・NGO）と情報活動	NPO、NGOの諸活動は、CSR（企業の社会的責任）や新しい「公」との関連でますます重要性を増している。地域活動から国際社会までその活動と成果を検証し、企業や行政のパートナーとしての非営利組織の現状と未来を考察する。	【教員】 坂本文武
	公共コミュニケーションの課題と展望	地域社会における住民生活は安心・安全にとどまらず快適さや福祉についての情報提供が求められるようになった。これまでの行政広報の枠を超えて、住民の合意形成や防災情報など行政施策の円滑な展開に向けて、これからの公共空間におけるコミュニケーション活動のあり方を展望する。	【教員】 花上憲司
展開科目	特論Ⅰ（コーポレート・コミュニケーション戦略）	企業の社会的価値の向上をめざし、社会との調和を図る広報戦略の構築、そのための社内コミュニケーション、IR、メディア対応など多様な広報活動の統合から戦略立案を身につける。事例をふまえ、独自の企画力向上をめざす。	【教員】 井上邦夫
	特論Ⅱ（マーケティング・コミュニケーション戦略）	商品広報、事業広報、さらにイベントからタイアップまで、人々の関心を高め、注目度を向上させるコミュニケーション戦略の作り方を学ぶ。多様な業種業態にまたがる事例をふまえ、ICTの活用法などを立体的に取り入れる。	【教員】 花上憲司
	特論Ⅲ（広報マネジメント・戦略立案）	企業戦略においてマーケティングよりも広報活動を重視する企業が増加している。広報組織、人材マネジメントと広報技法の組み合わせは複雑化して、広報マネジメントも経営戦略化している。その戦略立案から実践の方策を学ぶ。	【教員】 小早川護
	特論Ⅳ（IT・SNS広報研究）	IoT、SNS活用など世界的に進むデジタル技術の活用とともに、ネットワークを利用した様々な広報・情報活動が展開されている。その先端の動きを考察しながら、企業環境、事業環境に応じたデジタル・ネットワークの活用戦略を考える。	【教員】 加藤恭子
	特論Ⅴ（メディア・デザイン）	メディアの多様化は、そのまま情報の多様化につながる。文字・映像・音響などを駆使する広報の高度化やメッセージのあり方、さらには経営幹部やCCO(CIO)に必須の表現技法まで、メディア活用のノウハウを身につける。	【教員】 御手洗陽
	特論Ⅵ（共創時代のコミュニケーション）	ITやSNSの利活用によって、近年、注目されているのが電子媒体による「集合知の形成」である。送り手と受け手が情報を共有しながら新しい地平を拓くデジタル・マーケティングなど「共創の時代」を考察して、新たなコミュニケーションのあり方を展望する。	【教員】 池田紀行
	特論Ⅶ（事業戦略とリスク・コミュニケーション）	企業や行政をとりまくリスクが多様化する中、損失や被害を未然に防ぎリスクを低減する方策やリスクの原因となる企業風土や人的資源のあり方など、実践的なリスク・コミュニケーションのあり方を考察し、新しい社会のリスクを検討する。	【教員】 白井邦芳

展開科目	特論Ⅷ（事例研究）	企業や自治体における広報活動、情報戦略は進化しつづけている。担当教員のもと、現役の広報部長やCIOなど第一線の広報パーソンを迎えて講義と討論で学ぶオムニバス実践講座。	【教員】 尾関謙一郎	
	演習Ⅰ（①広報・コミュニケーション戦略）	1年次の履修で専門知識や培った実践力をもとに、自分自身の研究テーマ深化させる指導をする。この分野の志望者には、一般企業の広報担当、PR専門企業社員などが想定されるため理論や文献研究に加えて、実践的かつ戦略的な広報・コミュニケーションのあり方を検討してゆく。	【教員】 井上邦夫	
演習・研究指導	演習Ⅰ	演習Ⅰ（②広報マネジメント）	広報計画の立案、メディアの組み合わせ、人的資源の活用など、広報活動全般にわたる効率的なマネジメントと広報戦略による経営課題の解決に向けての計画を立案、具体化など実践力を磨く指導をおこなう。	【教員】 小早川護
		演習Ⅰ（③ICTと広報）	広報・情報分野で、ICTによる最先端の情報インフラの活用による多様な広報活動の実践、またはビッグデータ活用や地域活性化戦略など、新しいICTを駆使して事業や戦略を開拓するパイオニアを指導・育成する。	【教員】 鶴野充茂
		演習Ⅰ（④SNS活用戦略）	今や消費者行動分析やバイラル・マーケティングなどに不可欠なSNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）の活用。その最新の利活用方策や人々の情報行動分析から新たなSNSの活用方策などを研究する。	【教員】 加藤恭子
		演習Ⅰ（⑤リスク・コミュニケーション研究）	日常生活からグローバルな企業行動まで、災害から内部告発まで様々なリスクに対処する仮説を検討する。リスクテイクの重要性や模擬シナリオ作成などを通じて現代社会における多様なリスクを研究してゆく。	【教員】 白井邦芳
		演習Ⅰ（⑥IRとステークホルダー戦略）	企業の急速な発展は、そのままIRやステークホルダー戦略に様々な影響をもたらしている。環境（E）、社会（S）、ガバナンス（G）の重視などIR活動をコアに多様なコミュニケーション活動を再検討し、実証研究をもとに研究指導を行なう。	【教員】 柴山慎一
		演習Ⅰ（⑦地域情報展開）	地域情報化、地域の活性化、そして生産、流通、販売に至る情報インフラの活動など、情報の高度利用で変化する地域産業の様相を考察し、個々人の研究テーマや研究成果を充実させてゆく。	【教員】 榎並利博
		演習Ⅰ（⑧編集・情報展開）	多様な情報流通や過剰な情報から有効な情報の利活用を考え、これからのリーダーとしての情報活用術を学ぶ。それをベースに個別の研究指導を行ない、テーマについての成果を挙げてゆく。	【教員】 田中里沙

演習・研究指導	演習Ⅱ	演習Ⅱ（①広報・コミュニケーション戦略）	演習Ⅰで示した戦略的な「広報・コミュニケーションのあり方」を深化させ、より実践的な方向で演習の充実を図る。修了に向けての「研究成果報告書」に結実するよう研究テーマの深化に重点を置いて指導する。	【教員】 井上邦夫
		演習Ⅱ（②広報マネジメント）	演習Ⅰに引き続き「広報戦略で解決すべき経営課題」を中心に組織や戦略のマネジメントを中心に、より実践的な演習を行なう。ゼミ生の積極的な参画によって修了に向けての指導を重視する。	【教員】 小早川護
		演習Ⅱ（③ICTと広報）	ICTの進化は早く、ビジネスシーンや行政広報も日進月歩で変容してゆく。この演習Ⅱでは、演習Ⅰで絞り込んだゼミ生の研究テーマを深化させ、より先端的な考察を加えて修了に向けての指導を行なう。	【教員】 鶴野充茂
		演習Ⅱ（④SNS活用戦略）	多様なSNSを活用する広報戦略が増加する中、その活用方法も高度化してゆく。演習Ⅱでは、多様な事例や新しい戦略などから、これからのSNS活用のあるべき姿を深く考察してまとめることを重視する。	【教員】 加藤恭子
		演習Ⅱ（⑤リスク・コミュニケーション研究）	多様なリスクが増加してゆく中で、ステークホルダーとの対話やリスクティクスのあり方は重要な経営課題である。リスク・コミュニケーションに向き合う専門家をめざすゼミ生に重点的な指導を行なうのが、演習Ⅱのポイントである。	【教員】 白井邦芳
		演習Ⅱ（⑥IRとステークホルダー戦略）	IRをコアにしたステークホルダー戦略は、重要な経営戦略であり、ガバナンスのあり方を左右するテーマである。演習Ⅱでは、演習Ⅰで絞り込んだテーマをさらに具体的かつ戦略的に組み立てることをめざすことを主眼とする。	【教員】 柴山慎一
		演習Ⅱ（⑦地域情報展開）	地域産業振興政策とIT活用戦略を縦横に組み合わせ、これからの情報基盤のあり方と地域活性化を洞察することを主眼とする。演習Ⅱでは、この領域でのテーマ設定をめざすゼミ生のゴールに向けての指導を行なう。	【教員】 榎並利博
		演習Ⅱ（⑧編集・情報展開）	情報過剰社会を情報活用社会に転換し、将来のCCO（CIO）をめざす人材の情報選択能力やエディティング能力の向上を図る。演習Ⅱではテーマ設定に基づく事例研究などを中心に成果をまとめることを行なう。	【教員】 田中里沙