

2024年WEBセミナー

“選ばれる大学”とは何か？

「広告」より「教育」 高校生を動かすブランド型広報

開催報告

2024年
9月26日(木)
開催

日時：2024年9月26日(木) 16:30～18:00

主催：株式会社 応用社会心理学研究所 <Aspect>

お問い合わせ

株式会社応用社会心理学研究所（アスペクト） 担当：木村, 酒井
TEL：06-6941-2171 FAX：06-6941-2081
E-mail：account@aspect-net.co.jp

「参加して良かった」が100%

大学にとってブランドとは何か？を考え、大学の「教育の質」を高め、伝えることで、過度な広告宣伝によらずとも、学生に「選ばれる学校」になる進め方や考え方についてお話させていただきました。貴重なご意見やご質問もお寄せいただき、大変ご好評をいただきました。

プログラム

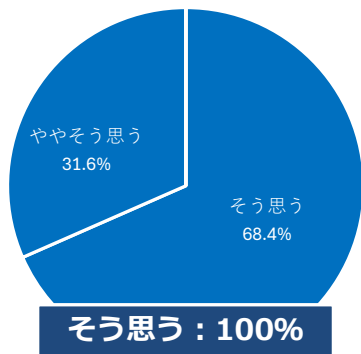
講演
“選ばれる大学”とは何か？
「広告」より「教育」 高校生を動かすブランド型広報

参加申込者数

34名（23校）



Q.セミナーに参加して良かった



◆非常に参考になった。数を追い求めて本質を失うところだった。数を増やすことが価値を下げていることに気づき、どこかで転換しなければならなかったと感じた。



セミナーの反響は
裏面をご覧ください

■ご参加者の声（参加後アンケートより）

今回のセミナーでは、過度な広告宣伝によらずとも、学生に「選ばれる大学」になるための進め方や考え方についてお話をいたしました。「数」を追うことの限界」「価値」にもとづく大学のブランド作り」「価値の指標の重要性」などについてお伝えいたしました。今回の内容を大学の経営・改革にお役に立ていただければ幸いです。

以下に、セミナー後のアンケートで寄せられました皆様の声を一部ご紹介いたします。

大学のブランディングや、“価値”を高める学校づくりの大切さについてご共感いただきました。

◆非常に共感する内容でした。価値上げを意識した広報活動と選抜の重要性を感覚的に感じ改革を行ってききましたが、今回、ロジカルに示していただき、これからのモチベーションにつながった。

◆入学者確保のためにオープンキャンパスの参加者増が最重要課題となっている。参加者は昨年比アップしたが、今回のセミナーを聞いて、数を増やすことが価値を下げていることに気づき、どこかで転換をしなければならぬと感じた。

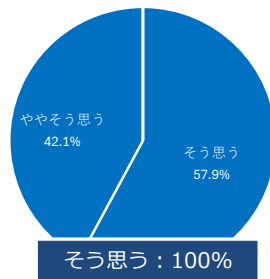
◆学生があらゆる局面で大学の価値に触れ、一貫したメッセージを受け取れるような広報を行うことができているのか、改めて客観的に見てみようと思いました。

◆とても参考になり、共感できる内容でした。今後の課題は、学内全体に、全学的に落とし込んでいく必要があると感じました。

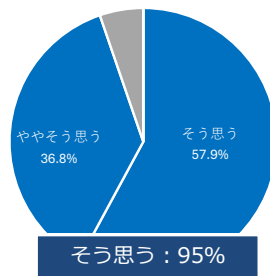
◆「負のスパイラル」に入りそうで不安です。いくつかは価値の指標と同じようなことに取り組もうとしていますが、具体的にリンクはしていない状況です。

◆数を集める施策から価値を高めて、志願者を確保することが大切だと思う。

セミナーの内容が参考になった



“価値”に基づく「大学のブランド作り」に自校でも取り組みたい



早速、変革に向けてのご意見や学内課題感などもいただきました。弊社の「入試・広報戦略パッケージ」では、これらの問題解決をサポートします。

◆「本学の価値」を観点に募集・広報を展開したいと考えている。ただ、現場（広報職員）と幹部・教員の意識には違いがある。どのようにアプローチすればよいか。

◆価値を上げていく必要性は理解できた。しかし会議等で分かりやすい指標は数になってしまう。

個別のご質問・ご相談をお受けします。
お気軽にお問い合わせください。

株式会社応用社会心理学研究所（アスペクト）
担当：木村，酒井
TEL: 06-6941-2171
E-mail: account@aspect-net.co.jp

