

広報論 II

科目ナンバリング SOC-232
選択 2単位

吉野 ヒロ子

1. 授業の概要(ねらい)

コーポレート・コミュニケーションには、広告・プロモーション・マーケティング・広報などさまざまな活動があります。この講義では他の活動も視野に入れつつ、広報論について学びます。

秋学期は、「広報論I」で単位取得していることを前提に、広報のより具体的な課題について、さまざまな事例を中心に紹介します。

2. 授業の到達目標

- ・「広報」の影響力や機能を、より具体的に理解する
- ・自分の生活を振り返り、マスメディア、インターネット等多角化しているメディアの影響を考える
- ・メディア・リテラシーを培い、コミュニケーションの難しさを考える

3. 成績評価の方法および基準

出席はレスポンスペーパー(目安として200字以上)でカウントする
毎回LMSでミニテストを行い、累計点で成績評価を行う

4. 教科書・参考文献

教科書

講義内で指示

参考文献

吉野ヒロ子 『炎上する社会』 弘文堂

5. 準備学修の内容

- ・広報に関するニュースや記事を日々チェックし、蓄積すること
- ・講義で紹介した文献・事例について、調べる

6. その他履修上の注意事項

レスポンスペーパーのうち、興味深いものは次回講義冒頭で、個人情報には伏せて紹介させていただきます。

7. 授業内容

- 【第1回】 「広報」とはなにか
- 【第2回】 「世論」の仕組み
- 【第3回】 広報効果測定
- 【第4回】 クロスメディア環境
- 【第5回】 「炎上」という現象
- 【第6回】 組織内広報
- 【第7回】 事例:「ゆるキャラ」
- 【第8回】 事例:「ミシュランガイド」
- 【第9回】 事例:「ハイボール・ブーム」
- 【第10回】 事例:東日本大震災における企業広報
- 【第11回】 事例:「防災・減災」と広報
- 【第12回】 事例:評判をどう取り戻すか:「トヨタ大規模リコール」
- 【第13回】 事例:国家間の広報:『戦争広告代理店』
- 【第14回】 事例:ソーシャルメディアと広報(オンライン)
- 【第15回】 全体の振り返り