

# 〈セミナーのご案内〉

● 今回配布先を限定しておりますので、関係各位へのご回覧につき、ご高配をお願いいたします。

回				
覧				

高等教育活性化シリーズ 166 (通算 466 回)

2010 年 7 月 22 日 (木)

高校生に“伝える言葉”のパワーアップ——

## アドミッション・ポリシーの創意工夫と募集広報戦略

～ 大学・学部学科の「入り口」「中身」「出口」をいかに ～

- ※ 高校生に伝わらない AP/AP の反映されない入試/マッチング/コンテンツと広報への提案
- ※ AP の具現化とブランド化/国公私立大 AP の事例/教育・就職との連動/募集活動への展開
- ※ [大阪経済大] 迷走・熟議の策定と発信/高校生目線/AP・CA・DA の一貫性/学生像は鮮明か
- ※ [文京学院大] 大4学部・短1学科の AP/“伝える場”としての多様な高大連携/APの伝達策

### ● 講師陣 ●

- 千葉 吉裕 氏 / 東京都立晴海総合高等学校 教諭、全国高等学校進路指導協議会 事務局長
- 安田 賢治 氏 / (株)大学通信 取締役・情報編集部部長
- 徳永 光俊 氏 / 大阪経済大学 教務委員長・経済学部教授
- 小野 恵市 氏 / 文京学院大学 常勤理事・統括ディレクター
- 中島 弘高 氏 / 文京学院大学 キャンパスディレクター補佐・入試広報センター長

2010 年 7 月 22 日 (木) 剛堂会館ビル 会議室 (東京・麹町)

地域科学研究会  
高等教育情報センター

日時：2010 年 7 月 22 日 (木) 9:40～16:50  
 会場：剛堂会館ビル (明治薬科大学) 会議室 (東京・麹町)  
 千代田区紀尾井町 3-27 03-3234-7362

アクセス：東京メトロ有楽町線「麹町駅」1 番出口より  
 徒歩 4 分、または JR 中央・総武線「四ツ谷駅」  
 麹町口より徒歩 10 分  
 ※会場の地図及び受講証を送付しますので  
 必ずご確認ください。

参加費：A. ご一名 (資料代込) 42,000 円 (消費税込)  
 B. メディア参加 (資料・音声 CD 送付) 43,000 円 (送料、消費税込)

※参加費の払い戻しは致しませんので、申し込まれた方の都合が悪いときには代理の方がご出席ください。

申込方法：参加申込書に所要事項を記入のうえ  
 FAX または E-mail にてご送付ください。  
 支払方法：銀行振込・郵便振替・当日払いがあります。  
 みずほ銀行麹町支店 普通 1159880  
 三菱東京 UFJ 銀行神田支店 普通 5829767  
 三井住友銀行麹町支店 普通 7411658  
 郵便振替 00110-8-81660  
 全ての口座名 <(株)地域科学研究会>  
 ※ご請求なき場合は振込受領書を領収書に  
 代えさせていただきます。

申込先：地域科学研究会・高等教育情報センター  
 東京都千代田区一番町 6-4 ライオンズ第 2-106  
 Tel: 03 (3234) 1231 / Fax: 03 (3234) 4993  
 E-mail: kkj@chiikikagaku-k.co.jp  
 HP: http://www.chiikikagaku-k.co.jp/

☆ FD・SD 及び BD 研修の本格化に伴い、2007 年から受講・修了証明書を発行しております。

キリトリ線 (※参加申込みの折は必ずお送りください)

### 研修会参加申込書

高等教育活性化シリーズ 166

2010 年 月 日

アドミッション・ポリシーの創意工夫と募集広報戦略

当日参加  メディア参加  
 (□に✓印を入れてください)

勤務先 \_\_\_\_\_

所在地 〒 \_\_\_\_\_

TEL \_\_\_\_\_

FAX \_\_\_\_\_

連絡部課・担当者 \_\_\_\_\_

参加者氏名	所属部課役職名	メールアドレス

(通信欄) 支払方法 (□郵便振替 □当日払い □銀行振込) 必要書類 (□請求書 □見積書)

※この個人情報は、本セミナーの一連の業務及び今後のご案内に使用させていただきます。

時間	講義項目
9:40 } 11:10	<p>□ 高校生は、大学選びにアドミッション・ポリシーをどう活用しているのか                      ～進路指導の現場から コンテンツと広報への提案～</p> <p style="text-align: right;">東京都立晴海総合高等学校 千葉 吉裕</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 高校生に届かない大学情報                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 学校案内・パンフレットに欠けているもの</li> <li>(2) 生徒は、大学案内に何を求めているのか</li> <li>(3) 高校訪問・学校説明会の効果</li> </ol> </li> <li>2. アドミッション・ポリシーが反映されていない大学入試                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 不明確な求められる資質</li> <li>(2) 社会との曖昧な接続</li> <li>(3) 大学入試で、求める学生を取れているのか</li> </ol> </li> <li>3. 大学の個性化を妨げる受験情報                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 少ない比較情報</li> <li>(2) 大学難易度に依存した大学選びからの脱却を</li> </ol> </li> <li>4. アドミッション・ポリシーの重要性                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 生徒の個性と大学の特色のマッチング</li> <li>(2) 推進されるキャリア教育の影響</li> </ol> </li> </ol> <p style="text-align: right;">(質疑応答)</p>
11:20 } 12:40	<p>□ 大学広報コンテンツとしてのアドミッション・ポリシーの実際                      ～国・公・私立大学の大学、学部、学科の実例を踏まえて～</p> <p style="text-align: right;">大学通信 安田 賢治</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. アドミッション・ポリシーの持つ意味を再確認しよう                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 建学の精神をどこまで具現化しているのか</li> <li>(2) 他大学との違いはどこにあるのか</li> </ol> </li> <li>2. 募集戦略との連動はどこまで実現できているか                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) ほとんど話題にもならないのが実情のアドミッション・ポリシー</li> <li>(2) 受験生や保護者、高校の教員などにどこまで浸透しているのか</li> <li>(3) アドミッション・ポリシーから見た入試戦略</li> </ol> </li> <li>3. 広報コンテンツとしてどう活用されているのか                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 本当に求める人材を確保できているかの検証</li> <li>(2) どの大学が上手に活用しているか</li> </ol> </li> <li>4. 今後の広報展開の可能性を探る                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 入学後の教育との連動がカギ</li> <li>(2) 就職実績にも表れてくるのが理想</li> <li>(3) ブランドイメージの維持・向上にも生かしていく</li> </ol> </li> </ol> <p style="text-align: right;">(質疑応答)</p>
13:40 } 15:10	<p>□ [大阪経済大] 高校生に伝わるアドミッション・ポリシーの策定とその発信                      ～大学・学部学科の使命・目標と“求める学生像”の鮮明化～</p> <p style="text-align: right;">大阪経済大学 徳永 光俊</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 大経大経済学部のアドミッション・ポリシーはどのようにして決まったか                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) ブランディング戦略によるミッション・ステイトメントの策定</li> <li>(2) 学部での討議における迷走</li> <li>(3) 広報による発信と外部の意外な反応</li> </ol> </li> <li>2. はたしてアドミッション・ポリシーは有効か                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 新入生(受験生)は誰も知らなかった!</li> <li>(2) 入試広報戦略における私たちの目線はどこにあるのか</li> <li>(3) 「入口」「中身」「出口」の違いと一貫性を明確にしたわかりやすい広報</li> </ol> </li> <li>3. デメリットをメリットに変えるにはどうするのか(大経大版)                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 「UI科目(新入生特殊講義)」「建学の精神・道理は天地を貫く」</li> <li>(2) 「ゼミの経大」「キャリアサポートシステム」(マナーアップ)</li> <li>(3) 「地域コミュニティの形成」(「大阪・関西の経済・経営を学ぶ」)</li> </ol> </li> </ol> <p style="text-align: right;">(質疑応答)</p>
15:20 } 16:50	<p>□ [文京学院大] アドミッション・ポリシーを“伝える場”としての高大連携                      ～教員・職員・学生と高校教員・高校生との多様な交流～</p> <p style="text-align: right;">文京学院大学 小野 恵市                      中島 弘高</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. アドミッション・ポリシーの重要性</li> <li>2. アドミッション・ポリシーの策定と伝え方                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) アドミッション・ポリシーを伝える意義</li> <li>(2) 本学での策定方法</li> </ol> </li> <li>3. アドミッション・ポリシーと高大連携                             <ol style="list-style-type: none"> <li>(1) 併設高校との連携</li> <li>(2) 近隣高校との連携</li> <li>(3) 出張講義、高校訪問、共同授業、ワークショップ</li> </ol> </li> </ol> <p style="text-align: right;">(質疑応答)</p>