

〈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 186 (通算 499 回)

2011 年 6 月 27 日 (月)

経営戦略としての展開と実績——

女子学生増加シナリオと確保方策

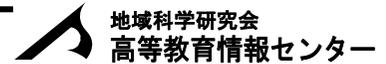
～ブランド再構築／理系女子対応の教学改編／キャンパス装美／アプローチの工夫～

- ※ 女子マーケットの開拓～データに見る／成功大学の共通点／女子大学に学ぶ獲得法／秘策は
- ※ [国士館大] オンリーワン大学～15 年戦略の歩み／脱“硬派”で女子 3 割／キャンパス拡充／入試・広報
- ※ [東京理科大] 「科学のマドンナ」の誕生・活躍・未来～学内・女子中高生・社会へのインパクト
- ※ [近畿大] 女子ターゲットの広報戦略／バンカラ大学から女子志願者 3 万人超に／創意工夫と実際

● 講師陣 ●

安田 賢治 氏 / (株) 大学通信 常務取締役 情報調査・編集部ゼネラルマネージャー
 若林 克彦 氏 / 国士館大学 教学顧問・理工学部教授、前学長
 松本 和子 氏 / 東京理科大学 工学部 准教授
 世耕 石弘 氏 / 近畿大学 入学センター事務長

2011 年 6 月 27 日 (月) 剛堂会館ビル 会議室 (東京・麹町)



日時: 2011 年 6 月 27 日 (月) 9:30～16:40
 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。申込者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

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
 URL: 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 186

2011 年 月 日

女子学生増加シナリオと確保方策

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 〒 _____

連絡部課・担当者名 _____

TEL _____ FAX _____

メールアドレス _____

| 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 |
|---------------------|---|
| 9:30 } 10:50 | <p>□ 女子学生マーケットの開拓と広報・募集の創意工夫 ～さまざまなデータから見る女子の増えている大学～ 大学通信 安田 賢治</p> <p>1. 女子の獲得に成功している大学の共通点 (1) 志願者増の大学はほとんどで女子が増えている (2) 女子が増えることは現役生が増えることと同義 (3) 合格率の高い優秀な女子が増えてレベルアップ</p> <p>2. 女子大に学ぶ女子の獲得法 (1) 女子の志望学部は変化しているようで保守的 (2) 女子大が抱える募集の問題点から女子の獲得を考察 (3) 女子大の評価は面倒見のよさ、語学教育、就職</p> <p>3. 女子を増やすための秘策はあるのか (1) 広報におけるイメージ戦略の重要性 (2) 女子に絞った入試改革は不発が多い (3) 問われるのは大学の総合力 (質疑応答)</p> |
| 11:00 } 12:30 | <p>□ [国士舘大] オンリーワンの大学への15年戦略の歩みと実績 ～女子学生増加を視野に入れて～ 国士舘大学 若林 克彦</p> <p>1. この15年間における主なる大学改革 (1) 特色ある学部・学科の増設 (2) 特色ある学部へ改組 (3) 留学生の受け入れ及び学生の海外派遣の促進 (4) 教育研究の海外展開</p> <p>2. キャンパスの整備・充実 (1) メインキャンパスの整備・充実による都心型大学への一層の強化 (2) 全学部学生の同一キャンパスにおける一貫教育の実施 (3) 地域開放を視野に入れた多目的教育棟の建設へ(着工中) (4) 各キャンパスにおけるスポーツ施設の整備・充実</p> <p>3. 入試制度改革及び広報戦略 (1) この15年間における主なる入試制度改革 (2) 成績優秀奨学生制度の導入 (3) 入試広報戦略としての各種企画 (4) 特色あるオープンキャンパス及び高校訪問の強化 (質疑応答)</p> |
| 13:30 } 15:00 | <p>□ [東京理科大] 「科学のマドンナ」プロジェクトのインパクト ～大学発女子中高生理系進路選択支援の試み～ 東京理科大学 松本 和子</p> <p>1. マドンナ誕生—校内へのインパクト (1) パイロットケースからの教訓 (2) “女性にしかわからない科学がある”の波紋 (3) 学内サポート体制の充実 (4) ジュニア版マドンナプロジェクトの誕生</p> <p>2. マドンナの活躍—女子中高生へのインパクト (1) 「春のマドンナ」講演シリーズ～実践報告 (2) 「真夏のマドンナ」長万部サマースクール～実践報告 (3) 「秋のマドンナ」Research から Professional へ～実践報告 (4) フィードバックから探る女子中高生への有効なアプローチ</p> <p>3. マドンナの未来—社会へのインパクト (1) 理工系大学のイメージ戦略 (2) 今ドキの理系女子とは？ (3) 「求ム 理系女子」の実態 (4) 期待を担う21世紀の理系女子 (質疑応答)</p> |
| 15:10 } 16:40 | <p>□ [近畿大] 女子をターゲットとした広報戦略の成果 ～バンカラ大学から女子志願者3万人を超えるまで～ 近畿大学 世耕 石弘</p> <p>1. バンカラ大学と言われた時代 2. 総合社会学部新設に伴う広報戦略 3. 建築学部新設に伴う広報戦略 4. 農学・生物・生命系学部における広報展開 5. オープンキャンパスでの取り組み 6. これからの大学のあるべき姿へ (質疑応答)</p> |