

志願×受験×合格×入学の検証——

志願者増シナリオと学生確保策の進化

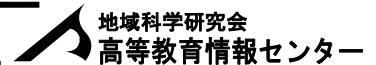
～ 教学コンテンツの拡充/入試・広報・募集の革新/教職員の意識改革 ～

- ※ 2018 年度までの行程 / 学部・学科改編と定員政策 / 学力担保の多様な入試へ / マーケティング力
- ※ [畿央大] 小さな新設大学の 10 年の奇跡 / 2 学部 4 学科定員増・コース改組 / 全入・不況を逆手に
- ※ [東京都市大] 3 キャンパス・8 学部への拡充と進化 / ブランド拡張 / 受験者層への入試・広報展開
- ※ [大正大] T S R が大学を変える / 学生確保は教学改革から～その検証 / I R から E M I R へ

● 講師陣 ●

- | | | |
|---------|---|---|
| 小島 富夫 氏 | / | 広告社グループ (株) 大学ソリューション・パートナーズ
代表取締役社長 |
| 水上 亨男 氏 | / | 畿央大学入学センター長 |
| 神戸 悟 氏 | / | 東京都市大学 入試広報グループ入試広報課 統括課長 |
| 上田 忠憲 氏 | / | (学) 大正大学 法人企画部長 |
| 山本 雅淑 氏 | / | 大正大学 人間学部教育人間学科 教授 |

2013 年 5 月 24 日 (金) 剛堂会館 (明治薬科大学) 会議室 (東京・麹町)



日時: 2013 年 5 月 24 日 (金) 10:00~16:40

会場: 剛堂会館 (明治薬科大学) 会議室 (東京・麹町)
千代田区紀尾井町 3-27 TEL 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~~ 33,000 円

(3 講師分のみ、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/kkj/>

☆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)

研究会参加申込書

高等教育活性化シリーズ 238

志願者増シナリオと学生確保策の進化

2013 年 月 日

(□に✓印を) 当日参加 メディア参加
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]

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

※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
10:00 } 11:10	<p>□ ユニバーサル化と市場縮小期を迎えた入試・広報・募集活動の検証と進化 ～学部系統／入試方式（一般・AO・推薦）地域間移動の変化～ 大学ソリューション・パートナーズ 小島 富夫</p> <p>1. 18歳人口が120万人台を割る2018年度までの行程 (1) 18歳・高卒者減少でも大都市圏大学はなぜ志願者増？ (2) 大都市圏 vs 地方の両極的な変化（人口、進学者率・数） (3) 学部・学科改編と定員政策</p> <p>2. 多様化入試の功罪 (1) 変貌する「志願者数」の定義 (2) 志願者延べ数と志願者の乖離現象 (3) 退学者増は大学経営・学生募集上の負のスパイラル (4) 学力担保の多様化入試へ</p> <p>3. 今後の学生募集に不可欠なマーケティング力 (1) 受験生・高校リレーション～数から質への転換 (2) エリア・マーケティング力の必要性 (3) ブランド強化＝入口・教学・出口の好循環と機能強化 (質疑応答)</p>
	<p>□ [ケース・スタディ] 志願者増シナリオと学生確保策の進化</p>
11:20 } 12:40	<p>A [畿央大] 小規模新設大学の10年の挑戦 ～全入と不況の時代を逆手にとった広報～ 畿央大学 水上 亨男</p> <p>1. 畿央大学10年の軌跡（奇跡？） (1) マイナスからのスタート (2) 入口に全力投球（2003～2005） (3) 教育改革の推進（2006～2008） (4) 入口・中身・出口三位一体の改革（2009～2012）</p> <p>2. 小さな大学の戦略と広報 (1) 畿央大学が志願者を集めたワケ (2) プロジェクト型改革の推進 (3) 体験主義に基づいた社会人基礎力育成 (4) 100%進路保証をめざす</p> <p>3. 新たな10年へのスタート (1) 健康と教育の総合大学へ (2) 学生が社会と行き来する大学をめざして (質疑応答)</p>
13:40 } 15:00	<p>B [東京都市大学] 受験者層を考慮した入試と広報の展開 ～3キャンパス8学部改組への拡充と進化～ 東京都市大学 神戸 悟</p> <p>1. 新生・東京都市大学と新学部の設置 (1) 大学名称変更による市場の反応 (2) 新しい分野の学部設置 (3) 新しい受験者層とのコミュニケーション</p> <p>2. 学部改組によるブランド拡張 (1) 学際学部の改組によるブランド拡張 (2) 改組による受験者層への影響 (3) 変わらない受験者層と変化した受験者層</p> <p>3. 入試科目と入試難易度 (1) 偏差値の持つ意味 (2) 人口減少と大学の社会的位置付け (3) 入試科目による市場とのコミュニケーション (質疑応答)</p>
15:20 } 16:40	<p>C [大正大] TSR（大正大学のUSR）が大学を変える ～学生確保策は教学改革から～ 大正大学 上田 忠憲 山本 雅淑</p> <p>1. 中期マスタープランとTSR (1) 建学の理念を再定義 (2) 教育の4つのビジョン (3) TSRの理念—大学の社会的責任をふまえて— (4) KnowingとDoingのギャップを超える</p> <p>2. 首都圏文系大学No.1を達成するための学生確保策 (1) 運営ビジョンとPDCA (2) 3つのポリシーと運営ビジョン (3) 学生確保の成果を検証する</p> <p>3. EMIRで持続的な成長を目指す (1) “大正大学TSRマネジメント研究機構”の果たす役割 (2) IRからEMへの道程 (3) EMが大学を変える (質疑応答)</p>