

BtoBコミュニケーション大学校

第27期東京校 講座概要

月日	時間	講座No. 講座名	主な内容(予定)	講師(予定)(敬称略)
6 26 火	13:10 ▼ 13:25		開校あいさつ・ガイダンス	
	13:30 ▼ 15:00	1 BtoBコミュニケーション 概論	広告の定義。BtoB広告とBtoC広告との相違。 BtoB広告の役割。BtoB広告クリエイティブの特徴。 BtoB広告メディアの特徴。BtoBブランディング、など。	嶋村 和恵 BtoBコミュニケーション大学校長 早稲田大学商学大学院教授
	15:10 ▼ 16:40	2 BtoBコミュニケーションと クロスメディア	BtoB媒体の特性・評価・選定のポイント。BtoBにおける 媒体戦略と効果的なクロスメディア。ネットメディアのシナ ジー(相乗効果)、など。	溝口 裕康 ㈱中外 専務執行役員 兼 上海中外先 智广告有限公司 董事総経理
7 3 火	13:30 ▼ 15:00	3 新聞広告と雑誌広告	新聞広告と雑誌広告の役割。BtoB企業におけるマスメ ディアの位置づけ。インターネット時代における新聞・雑誌 広告のあり方。広告効果測定、など。	北原 利行 ㈱電通 電通総研・メディアイノベー ション研究部 研究主幹
	15:10 ▼ 16:40	4 ASICAモデルと 企業購買システム	ASICAモデル(BtoB購買プロセス)とは、AIDMAとはど う違う。ASICAモデルとクロスメディア。ASICAの段階別 プロモーション例。BtoC分野でも適応できるASICA理論。 ASICAを利用した広告計画がなぜ効果的なのか、など。	河内 英司 BtoBコミュニケーション大学校 副学長・BBAAアドバイザー、 カottsクリエイティブ ラボ代表
7 10 火	13:30 ▼ 15:00	5 売りに結びつく BtoBカタログ	カタログメディアの基礎知識。広告メディアとしてのカタロ グ。ドキュメンテーションシステムの概要。カタログ構成の ポイント、など。	河内 英司 BtoBコミュニケーション大学校 副学長・BBAAアドバイザー、 カottsクリエイティブ ラボ代表
	15:10 ▼ 16:40	6 展示会マーケティング	展示会・見本市の歴史。展示会の機能と役割。効果的な展 示手法。米国展示会の実情。展示会の効果測定。 ネットワーク時代の展示会、など。	河内 英司 BtoBコミュニケーション大学校 副学長・BBAAアドバイザー、 カottsクリエイティブ ラボ代表
7 17 火	13:30 ▼ 15:00	7 効果的なWebサイト 構築とマーケティング	アクセス解析の概要と基礎。営業や採用などの企業活動に 生かすうえでの目標設定の重要性、分析の進め方、改善へ のつなげ方、など。	鈴木 淳嗣 ㈱DNPコミュニケーションデザ イン Webシステム本部 Webコンサルティング部 部長
	15:10 ▼ 16:40	8 BtoBデジタルマーケ ティングの実際	一般的なWebプロモーションの流れからBtoBで活用される Web広告の種類、ホワイトペーパー(WP)のダウンロードから マーケティングオートメーション(MA)の活用までBtoB企業 が行うべきデジタルマーケティングの流れを体系的に学ぶ。	新里 尚平 ㈱ミケネコ 代表取締役 クリエイティブディレクター/ プランナー
7 24 火	13:30 ▼ 15:00	9 アクセス解析	アクセス解析の概要と種類。売りに直結させるアクセス解 析の手法。ログ解析は訪問者の足取りだ。アクセス解析結 果を営業に反映するための体制づくり、など。	気賀 崇 イントリックス㈱ 代表取締役社長
	15:10 ▼ 16:40	10 企業におけるソーシャル メディア活用	ソーシャルメディアの種類と機能。ソーシャルメディアの広 告。ROI無限大プロモから火消し広報まで、公式アカウント が果たす役割。公式アカウントの開設から運用まで。	加藤 智明 Webコミュニケーション運用 支援「アリエスコム」 代表

充実した講師陣によるBtoBコミュニケーションの 基礎知識と実践を体系的にマスター

月日	時間	講座No. 講座名	主な内容(予定)	講師(予定)(敬称略)
7 31 火	13:30 ▼ 15:00	11 組織の中の人間行動とマーケティング	CS(顧客満足)とES(従業員満足)との相互作用。ESに向けたマネジメント上の課題や取り組みを組織行動論及び組織心理学の視点から検討。組織文化と従業員のモチベーションなど。	竹内 規彦 早稲田大学 大学院経営管理研究科(ビジネススクール)教授
	15:10 ▼ 16:40	12 広告(コミュニケーション)効果と効果測定	広告の果たす役割と広告効果の考え方。広告効果測定方法。測定指標の研究。コミュニケーション効果と販売効果、など。	石崎 徹 専修大学 経営学部教授
8 7 火	13:30 ▼ 15:00	13 効果的なクリエイティブを導くオリエンテーション	効果的な広告を制作するために、コミュニケーション担当者に必要なオリエンテーションの基礎知識や展開手法など。	山口 治 三菱電機(株) 宣伝部 コーポレートコミュニケーショングループグループマネージャー
	15:10 ▼ 16:40	14 見込み客の発掘と関係部門を納得させるプレゼン手法	展示会・セミナーといったイベントと自社Webサイトとの連携による、ターゲットリストの獲得と見込み客への育成。これらの必要性を関係部門(マーケティング部門、営業部門)に納得してもらうための効果的なプレゼンテーション手法など。	松田 尚 (株)中外 マーケティンググループ チーフプランナー
8 28 火	13:30 ▼ 15:00	15 BtoBブランディング	ブランディングの基礎知識。BtoBブランディングのあり方。ブランドコミュニケーションの進め方。エクステルナルブランディングとインターナルブランディング、など。	森門 教尊 (株)博報堂コンサルティング エグゼクティブマネージャー
	15:10 ▼ 16:40	16 CSR活動とコーポレートコミュニケーション	コーポレートコミュニケーションにおけるCSRの位置づけ、CSR活動の種類。効果的なCSR報告書の作り方。CSR報告書と環境報告書との関係。CSRからCSVへ。ISO26000とCSR活動の再整備。	山口 民雄 NPO法人循環型社会研究会 理事(CSRワークショップリーダー)
9 4 火	13:30 ▼ 15:00	17 マーケティングリサーチ	マーケティングリサーチ概論。マーケティングの発展とマーケティングリサーチ。マーケティングリサーチの設計と調査指標の概念。効果的な市場調査、など。	田窪 正則 ヒストリカルデザイン(株) 代表取締役
	15:10 ▼ 16:40	18 海外広告	グローバルなビジネス展開に応じた広告体制の整備。海外広告を実施する際の手順と注意点。各社の海外広告の事例や、さまざまなメディアの使い方。	鳥井 匡 (株)電通 グローバルメディア&デジタル室 グローバルメディア1部専任部長
9 11 火	13:30 ▼ 15:00	19 BtoBコミュニケーションとステークホルダー・マネジメント	企業コミュニケーション概論。広告コミュニケーション戦略とマーケティング。BtoBコミュニケーションのフレームワーク。プロジェクトコミュニケーション、など。	山崎 方義 愛知産業大学経営学部教授
	15:10 ▼ 16:40	20 情報法令と広告責任 広告の危機管理	企業における広告コミュニケーションにおけるリスク。リスク最小化のために著作権等の知的財産権法の基礎知識を事例中心に解説する。	須藤 雅紀 (株)日立ハイテクサイエンス 監査役 女子美術大学 非常勤講師
9 18 火	13:30 ▼ 15:00	21 企業における広報とコーポレートコミュニケーション戦略	企業を取り巻くビジネス環境の変化とともにコミュニケーションのあり方も進化している。初期の広報の役割から、現在に必要な統合的なコーポレート・コミュニケーション戦略の立て方、目標、予算、メディアプランまた効果的な組織の設定など。	高橋 庸江 (株)東急エージェンシー コーポレート本部 ワークスタイルデザイン局長
	15:10 ▼ 18:00	修了試験・修了式・謝恩会		