

BtoBコミュニケーション大学校 第34期(2025) 東京校 講座概要

	月日	時間	講座No	講座名	主な内容	講師(敬称略)
1 日 目	6月23日(月)	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学長、早稲田大学商学大学院教授
		15:10 ▼ 16:40	2	マーケティングとコミュニケーション	マーケティングとマーケティング・コミュニケーションの概要を理解し、組織購買行動の観点からBtoBコミュニケーションのプロセス、コミュニケーション効果の考え方を提示する。	石崎 徹 専修大学 経営学部教授
2 日 目	7月1日(火)	13:30 ▼ 15:00	3	メディア戦略(メディア総論・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 (株)中外 専務執行役員 兼 上海中外先智広告有限公司 董事総経理
		15:10 ▼ 16:40	4	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。	榊原 理恵 (株)電通 マーケティング統括センター メディアイノベーション研究部 研究主幹
3 日 目	7月8日(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、BBAアドバイザー、カットス・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、BBAアドバイザー、カットス・クリエイティブ ラボ 代表
4 日 目	7月15日(火)	13:30 ▼ 15:00	7	ソーシャルメディア時代におけるマーケティング&コミュニケーション管理の変遷とこれから	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「アリエコム」代表
		15:10 ▼ 16:40	8	効果的なWebサイト構築	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。	小澤 康子 (株)DNPコミュニケーションデザイン 第3CXデザイン本部 第一部長
5 日 目	7月22日(火)	13:30 ▼ 15:00	9	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	10	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 大正大学 表現学部 特命准教授 / コミュニケーションプランナー
6 日 目	7月29日(火)	13:30 ▼ 15:00	11	インターネット広告とクチコミマーケティング	ネットやSNSの発展を背景に、今やクチコミの影響から目を背けることはできない。ネットやSNS広告、さらにクチコミマーケティングのメカニズムについて、など	藤崎 実 東京工科大学メディア学部准教授/博士(経営管理学)
		15:10 ▼ 16:40	12	BtoBコミュニケーションの営業支援効果	BtoBコミュニケーションは如何にして営業活動を支援するか? 日系企業とグローバル企業との対比も含めて、広告・販売促進・広報等と営業活動との関係性を分かりやすく解説。	大谷 清司 (株)プライムゲートアドタイジング 代表取締役社長
7 日 目	8月19日(火)	13:30 ▼ 15:00	13	OOH(屋外広告)	OOHの基本知識、デジタル技術やDXとの融合、効果測定アプローチ、トレンド・事例紹介など。BtoB領域における活用法や、広コミュニケーションの中でのOOHの可能性を考える。	星野 一道 (株)東急エージェンシー 事業共創本部 東急OOH事業局事業戦略部部長
		15:10 ▼ 16:40	14	グローバルコミュニケーション	グローバル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。	池田 拓也 (株)電通ジャパン・インターナショナルブランド コミュニケーション プランニングマネージャー
8 日 目	8月26日(火)	13:30 ▼ 15:00	15	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 元・日立製作所/女子美術大学 非常勤講師
		15:10 ▼ 16:40	16	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。エクスター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 取締役/パートナー
9 日 目	9月2日(火)	13:30 ▼ 15:00	17	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、現在に必須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 レクチャーリンク代表/元・(株)東急エージェンシー コーポレート 本部コーポレートブランディング局局長
		15:10 ▼ 16:40	18	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。	桑畑 一浩 三菱電機(株) 宣伝部 新規プロジェクト担当部長
10 日 目	9月9日(火)	13:30 ▼ 15:00	19	BtoB企業における動画とブランディング活用	デジタルメディアやAI技術が発展する中、顧客とのコミュニケーションを効率化し認知度や信頼感、エンゲージメントを高める動画とは。無限に存在する視聴スタイルに埋没されない効果的な活用法を事例を交えて解説。	廣田 和也 (株)CmerTV 執行役員
		15:10 ▼ 16:40	20	BtoBマーケティングにおけるインサイドセールスの役割	BtoBマーケティング(インバウンドマーケティング)、営業のデジタルシフトにおけるインサイドセールスの役割、体制作りや進め方など	清水 典 (株)電通デジタル ビジネスデベロップメント部門 コンサルタント
11 日 目	9月16日(火)	13:30 ▼ 15:00	21	ESG活動とコーポレートコミュニケーション	企業におけるESG活動の重要性とそれらの情報開示の在り方をコーポレートコミュニケーションの視点から明らかにする。特に主要媒体である統合報告書やサステナビリティレポートにおける必携項目について説明。	山口 民雄 NPO法人 循環型社会研究会 理事(ESGワークショップ リーダー)
		15:10 ▼ 16:40	22	インターナル・コミュニケーション	インターナル・コミュニケーションとは社内広報のことで、従業員とのコミュニケーションを指す。企業の価値や目的を共有し、実現に向けて組織を活発化させる仕組みについて説明します。	山崎 方義 愛知産業大学 経営学部教授
		16:45 ▼ 18:00			修了式・謝恩会	