

広報、経営企画部門のグローバルコミュニケーションの実現のための

社内広報のグローバル化に向けた実務を学ぶ

～ビジネスのグローバル化が進むとともに、社内広報のターゲットである社員の国籍や働く場所も多様になっていきます。ターゲットの変化に合わせた社内広報の役割変化や今後のコミュニケーションのあり方について学んでいきます～

《開催要領》

●日 時● 2014年12月15日(月) 13:00～17:00
●会 場● 企業研究会セミナールーム(東京:麹町)
TEL: 03-5215-3511

講師紹介

株式会社ソフィア 廣田拓也 氏
株式会社ソフィア 平井豊康 氏

《開催にあたって》

昨今、企業経営は、グローバル市場への展開やグローバル M&A を推進するなど、「遠心力」を強化しています。そうした中、社内広報は「求心力」を強め組織の一体感を醸成するために非常に重要な役割を担っています。グローバル化を進める企業は、この相反する2つの「力」をどうバランスさせていくか、という課題に直面しています。社員の価値観が多様化する中で、社員のベクトルを企業の向かうべき方向に合わせ、その行動を変革するために何をすべきなのか。今回のセミナーでは、社内広報のグローバル化に向けた実務の変化についてご紹介いたします。

《申込書》一般社団法人 企業研究会 セミナー事務局宛 FAX:03-5215-0951

*申込書をFAXでご送信いただく際は、FAX番号をお間違えないようご注意ください。
*申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内にお送りする際に利用させていただきます。

■受講料:1名(税込・資料代含)

正会員 34,560円(本体価格 32,000円) 一般 37,800円(本体価格 35,000円)

141565-0404(※) 社内広報のグローバル化に向けた実務を学ぶ			
ふりがな 会社名			
住 所	〒		
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属	役 職	
E-mail			

■参加要領: 申込書はFAX、または下記担当者宛E-mailにてお送り下さい。当会ホームページからもお申込み頂けます。
後日(開催日1週間～10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。

※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認ください。([TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問])

※お申し込み後のキャンセルはお受けいたしかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 公開セミナー事業グループ 担当/川守田 E-mail:kawamorita@bri.or.jp

TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 麹町31Mビル2F

社内広報のグローバル化に向けた実務を学ぶ

12/15
(月)

13:00

【廣田拓也氏:講師紹介】1993年に東京電気株式会社(現東芝テック)入社。海外営業部にて海外大手PCメーカーへの情報機器端末のOEMマーケティングに携わる。米国系IT企業の経営に従事した後に、株式会社サイドバーンを設立。ウェブコンサルティングや企画制作を支援するビジネスを立ち上げる。その後、ブランドキャピタルと合併し、ソフィアを設立。「人と組織を元気にする」をミッションに、インナーコミュニケーション、インナーブランディングに関わるサービスを開発し、提供している。現在は、マーケティングやIT、研修の世界で培われたテクノロジーを活用し、大手中堅企業に向けたインナーブランディングサービスの開発を推進している。ペルソナ&カスタマ・エクスペリエンス学会常任理事。

【平井豊康氏:講師紹介】大手都市銀行(ニューヨーク駐在)、エグゼクティブサーチファーム等を経て株式会社ソフィアに参加。大手企業のコーポレートコミュニケーション施策の企画及び運用支援を行う。現在は、ソーシャルメディア時代の企業広報・インナーブランディングの在り方についての研究に注力しながら、クロスメディア戦略の立案および施策の企画・実践を支援している。日本経団連事業サービス社内広報センター「社内広報大会」講師。事業構想大学院大学客員教授。米国ニューヨーク州弁護士。

1. グローバル化によって変化すること

- ・グローバルとインターナショナルの違い
- ・ベースとなる組織運営の考え方
- ・必要とされる本社機能の変化(本社と各極/各国)
- ・社内広報の仕事の変化

2. 社内広報の目的とは

- ・グローバルだからこそ、そもそもの目的に立ち返る
- ・伝えるから伝わる、そして…

3. グローバル化における本社と現地拠点の役割

- ・国際展開企業の組織4類型
- ・展開形態によるグローバルコミュニケーションのあり方

4. 行動変容モデル

- ・社内コミュニケーションにおける行動喚起モデル
- ・行動変容を促進するコミュニケーションデザイン

5. グローバルICにおけるフレームワークと実践事例研究

- ・WHY(目的)-社内広報の目的の明確化と浸透活動
- ・WHO(体制)-コミュニケーションフロー活性化と活用メディア
- ・TO WHOM(社員の現状)-社員の現状とあるべき姿を知る
グローバルサーベイ
- ・WHERE(コミュニケーションツール)-メディア特性を生かした
ツール選択
- ・WHAT(伝えるメッセージ)-冊子媒体とリアルな場を連携させた
企業理念浸透

6. LOCAL 支援

- ・グローバル本社としての役割
 - 情報発信の主体として
 - コミュニケーションスキル・ノウハウの移転

※最少催行人数に満たない場合、開催中止となる場合がございます。

※講師とご同業の方のご参加は、お断りする場合がございます。

17:00

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで 2種類のセミナーをご案内しております。