

新・社内報担当者のための

社内報入門講座

●プログラム●

【開催主旨】

経営環境が刻々と変化する現在、各企業にとって社内広報の重要性がますます高まっています。単に社内コミュニケーションを活発化させるだけではなく、いかに社員個々のモチベーションを高め、それを企業のレピュテーションやブランドアップにつなげていくか——社内広報の役割は大きく変わりつつあります。同時に、社内広報の代表的なツールである社内報も、印刷媒体全盛の時代からネットの時代へと変わり、その制作手法や考え方も大きく変わってきています。いわば、この社内広報の過渡期にあたって、どうすれば効果的な社内報をつくり、目指す社内広報を実現できるのでしょうか。

本セミナーでは、社内報担当者や広報担当者の皆様に、今求められる「社内報の基礎知識」と「効果的な社内報のつくり方」をより実践的に解説いたします。

◆ 日 時 : 2016年10月25日(火) 13:00~17:30

◆ 会 場 : 東京・麹町 「企業研究会 セミナールーム」

◆ 講 師 : (株)産業編集センター はたらくよるこび研究所 企画営業部部长 相山 大輔氏
第三企画制作部 ライター 野口 彩子氏
第三企画制作部 デザイナー 野澤 佑妃氏
PPS 事業部 フォトグラファー 中山 正氏

【(株)産業編集センターについて】

日本初の社内報制作専門会社として1980年に設立。独自の社内報理論と高い制作能力によって、社内報のアウトソーシングという新たなマーケットを開拓した。紙媒体のみならず電子メディアによる社内報開発も早くから実践。最近では、インナーイベントの企画運営やブランディング活動などの領域も手がけ、常に新しい社内広報の可能性を追求している。

また、社内報アウトソーシング事業以外にも、WEB・映像メディア事業やイベント事業、出版事業に進出するなど、次々に新たなビジネスフィールドを切り拓いている。

●参加要領●

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

*当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からもお申し込みいただけます

●受講料● 1名 (税込み、資料代含む)

正会員	32,400円	本体価格 30,000円
一般	35,640円	本体価格 33,000円

- 申込書に所定事項ご記入の上、下記担当者あてにFAX いただくか、当会ホームページからお申し込みください。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。
- 申込書をFAXにて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。
- 会員企業のご確認、その他セミナーに関するご不明な点につきましては、当会ホームページより【TOP】→【公開セミナー】→【よくあるご質問】をご参照下さい。
- 最少催行人数に満たない場合は、中止とさせていただきます。

一般社団法人企業研究会
担当: 村野 E-mail murano@bri.or.jp
〒102-0083
東京都千代田区麹町5-7-2 麹町M-SQUARE 2F
TEL 03-5215-3550 FAX 03-5215-0951

161479-0401		※ 2016.10.25 社内報入門講座	
会社名			
住所		〒	
TEL		FAX	
部課 役職		フリガナ お名 前	
e-mail			
部課 役職		フリガナ お名 前	
e-mail			

新・社内報担当者のための

社内報入門講座

〔第一部〕『社内報の基礎知識』

社内報担当者は、編集者である前に企業広報パーソンとしての役割が求められます。印刷媒体やWEB媒体と社内報が多様化している中で、いつの時代でも必要不可欠な社内広報と社内報に関する知識と一緒に学びます。同時に、社内報担当者としての役割についてもお話しさせていただきます。

1. 企業広報とインナーコミュニケーション
 - (1) インナーコミュニケーションとは何か
 - (2) インナーコミュニケーションをめぐる動き
 - (3) もの作りから、しくみ作りの時代へ
2. 社内報とは何か
 - (1) 社内報の目的と役割
 - (2) キーワードで見る最近の社内報
 - (3) 社内報担当者の仕事と役割
3. 事例で見る最新社内報
 - (1) しくみ作り視点の社内広報事例
 - (2) しくみ作り視点の社内広報のためのヒント

☞

〔第二部〕『社内報編集者の技術 企画・ライティング編』

情報を効果的に伝えるには、ターゲットや目的に合わせて編集することが不可欠です。そこで、第二部では社内報担当者に求められる編集スキル（基礎編）をご紹介します。実践的な講座を通じて、企画の考え方、インタビュー時の注意点、原稿の書き方など、明日から使える技術を身につけていただきます。

1. 伝えるための企画術 ~企画のいろはを学ぶ~
2. 伝えるための取材術 ~インタビューに挑戦しよう~
3. 伝えるための文章術 ~良い文章、悪い文章の違いとは?~
4. 社内報の育て方、効果測定のスズメ

☞

〔第三部〕『社内報編集者の技術 デザイン編』

社内広報媒体において、読まれるためのデザインとは一体どんなものなのでしょう。一体、良いデザインとそうでないデザインの境界線はどこにあるのでしょうか。ここでは、社内広報媒体作りにすぐに役に立つ実践的なデザインの基礎についてご紹介します。さらに、さまざまな制約がある社内広報媒体ですが、いろいろな挑戦ができるのも事実。実際の事例を用いつつ、社内広報媒体におけるデザインの可能性も学びます。

1. 社内報デザインの基礎知識 ~事例で見る社内報の今~
2. 伝えるためのデザイン企画術 ~デザインコンセプトの導出方法（ワークショップ形式）~
3. 伝えるための企画術 ~デザインラフの役割と作成の仕方（ワークショップ形式）~
4. 伝えるためのデザイン術 ~良いデザイン、悪いデザインの違いとは?~

☞

〔第四部〕『社内報に生かす撮影術』

作品として優れた写真が、そのまま社内報に適した写真であるとは言えません。では、社内報をより魅力的にするための写真とはどのような写真か。誰でもちょっとした練習と工夫で実現できる社内報ならではの撮影術をプロのフォトグラファーがご指導します。



- *日頃ご使用のカメラをご持参ください。
撮影全般に関するアドバイスと社内報で頻度が高い撮影のポイントを伝授します。

※開催当日に社内報を1部お持ち下さい。参加企業の閲覧コーナーを設けさせていただきます。