

新・社内報担当者のための

社内報入門講座

～今求められる「社内報の基礎知識」と「効果的な社内報の作り方」をより実践的に解説～

【開催要領】 ※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。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせていただきます。

日時▶ 2019年 11月 19日 (火) 13:00～17:30

会場▶ 企業研究会セミナールーム (東京: 麹町)

【開催にあたって】

経営環境が刻々と変化する現在、各企業にとって社内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性化させるだけでなく、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一社内報の役割は大きく変わりつつあります。同時に、社内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「効果的な社内報の作り方」をより実践的に解説します。

講師紹介

㈱ 産業編集センター

はたらくよるこび研究所 石原良平氏 / ディレクターチーム ディレクター 内藤良太氏
ディレクターチーム アートディレクター 安俊彦氏 / PPS 事業部 フォトグラファー 山本嵩氏

【申込方法】 当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からお申し込み下さい。

企業研究会 検索

■受講料: 1名(税込・資料代含) ※申込書をご送付いただく際は、ご使用のFAX機の使用法(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員	35,200円 (本体価格 32,000円)	一般	38,500円 (本体価格 35,000円)
-----	------------------------	----	------------------------

191756-0101 社内報入門講座			
ふりがな 会社名			
住所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 属 職		
E-mail			

※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をお送りする際に利用させていただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申し込みください。FAX、または下記担当者宛E-mailからもお申し込み頂けます。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致しかねますので、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 セミナー事業グループ 担当/民秋 E-mail: tamiaki@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 MFPR 麹町ビル2F 【DM変更連絡】03-5215-3512

・プログラム・

第1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) インターナルコミュニケーションとは何か (2) インターナルコミュニケーションをめぐる動き

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) 社内報最新事例 (2) 効果の高い社内報を制作するためのヒント

第2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、効果測定のススメ

第3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か。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4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。

※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。

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。