

平成25年度研究科横断型教育プログラム（Aタイプ）授業科目

開講方式	Aタイプ (研究科 開講型)	研究科名	経営管理 大学院		カテゴリー	社会科学総合科目 群		横断 区分	文理横断型
授業科目名 (英訳)	パブリック・リレーションズ論 ～次世代のグローバルリーダー のために～ (Public Relations)			講義担当者 所属・氏名	経営管理大学院 井之上 喬 特命教授		開講 場所	総合研究2号館 1F 大講義室	
配当 学年	修士 博士後期 専門職	単位 数	2単位	開講 期	後期	曜 時 限	土2、3限隔週 (10:30-12:00) (13:00-14:30)	授業 形態	講義
【授業の概要・目的】									
<p>【研究科横断型教育の概要・目的】</p> <p>地球規模の変化と急速なグローバル化の中、経済大国日本への世界の期待と関心は相変わらず高いものがあるが、混迷の続く社会情勢にあって、日本は各分野で真のリーダーを必要としている。本講義は、こうした社会の要請に応えた、次世代を担うグローバル人材育成を目的とするものである。倫理観をベースに双方向性環境の中で自己修正力を使い、さまざまなステークホルダーと良好な関係を維持するリレーションシップ・マネジメントが即ちパブリック・リレーションズ(PR=戦略広報)である。この手法を学ぶことで、国際社会で活躍できる知的かつ行動的な人材の輩出を可能とさせる。20世紀初頭、米国で登場したパブリック・リレーションズは米国の政治、経済の牽引役として、指導者層の戦略的な意思決定プロセスに組み込まれ、発展を遂げてきた。</p> <p>多極化への流れが加速するグローバル時代において、国際的な力を喪失しつつある米国、2011年3月11日の東日本大震災・福島原発事故の復興に遅れを見せ、長期にわたる政治的空白により国力が低下した日本、大躍進を遂げる韓国、中国、国際社会で急速に発言力を増すインド、ブラジル。いま世界は大きな位相転換期にある。一方で、環境問題や地域紛争などさまざまな問題を抱える世界が「経済・技術大国日本」へ寄せる期待は高いが、これらの諸問題を解決し激化する国際競争に日本が生き抜くための処方箋が示されているとはいいたい。</p> <p>本講義では、前半をパブリック・リレーションズの基本概念について学習し、グローバル時代に個人がどのような考えや生き方を持ち困難な時代に対処していくべきかを学び、必須となる外国語(英語)の必要性を自覚する。後半は、理論主体の学習に加え、より実践的なプログラムによる学習を行う。具体的には、業種の異なる組織体を実施している広報プログラムを事例としてケース紹介とディスカッションを通して学習。受講生各人が実務上で直面している課題や問題なども取り上げディスカッションを行う。また与えられた課題からテーマを選び、具体的な戦略プランを立てシミュレーションを行うことでパブリック・リレーションズの理論を実践的に習得する。</p>									
【到達目標】									
<ol style="list-style-type: none"> ① 変化の激しいグローバル時代を生き抜くために必要となる、パブリック・リレーションズの基本概念について学習し、目的達成のために必要とされる「倫理」「双方向性コミュニケーション」そして「自己修正能力」を体得する。 ② 双方向環境で状況の変化を読み取り、「自己修正」による柔軟な対応能力の必要性が把握できるようになる。 ③ グローバルな視点から、状況を大局的に俯瞰し戦略性を持った総合的思考法が習得できる。 ④ これらを通してPRの理論とダイナミズムを学び、組織体がパブリック・リレーションズの手法を如何に経営に取り込むことが不可欠であるかが理解できるようになる。 ⑤ ケース・スタディや報道分析を通して、社会で起きている事象に「倫理」「双方向性」そして「自己修正能力」が如何に重要かを理解し、さまざまなリレーションズがどのように統合されているのかが体得できる。 ⑥ 状況変化の読み取り方を学び、戦略性とスピードを伴ったリレーションシップ・マネジメントの重要性を理解し、パブリック・リレーションズ理論と実践の統合性が把握できるようになる。 ⑦ グローバル人材としての自覚を促し、21世紀のリーダーとしてあらゆる分野で、自立した、戦略性を有する知的かつ行動的な人間に求められる、パブリック・リレーションズをどのようにビジネスに取り込めば良いのかが把握できるようになる。 									

〔授業計画と内容〕

10/12	第 1 回	ガイダンス:グローバル時代を生き抜く、最短距離で目標の達成を可能にするパブリック・リレーションズとは何か?
	第 2 回	パブリック・リレーションズの基本的な概念と定義/「自己修正モデル」
10/26	第 3 回	さまざまなリレーションズとリレーションシップ・マネジメント
	第 4 回	なぜ日本は遅れをとったのか?歴史に学ぶ
11/9	第 5 回	パブリック・リレーションズと組織体
	第 6 回	CSR(企業の社会的責任)
11/30	第 7 回	コミュニケーションの考察
	第 8 回	グローバル人材の要件:必須となる語学力
12/14	第 9 回	アジアにおける日本型組織の問題点
	第 10 回	成功に導くPR戦略の構築と実践(PRのライフサイクル・モデルの概要)
12/28	第 11 回	内外の事例研究
	第 12 回	危機管理と報道分析
1/11	第 13 回	テーマ設定に基づくPRプランニング
	第 14 回	グローバル人材に求められるリーダー・シップ
1/25	第 15 回	まとめ&オープンディスカッション

〔履修要件〕

コミュニケーション、経営、マーケティング、広報、政治、経済、社会、文化、歴史など学際的分野の知識

〔成績評価の方法・基準〕

レポート (40%) 期末のレポート提出 (※6000 字程度)
平常点評価 (40%) 授業への参加度および発表内容など
その他 (20%) 3 分の 1 以上欠席した者には単位を付与しない

〔教科書〕

井之上喬 著『パブリックリレーションズ』日本評論社(2006 年)

〔参考書等〕

共同訳:カトリップ・スコット, センター・アラン, ブルーム・グレン共著, 日本広報学会(監修), 『体系パブリック・リレーションズ』, (井上邦夫, 井之上喬, 伊吹勇亮, 北村秀実, 関谷直也, 矢野充彦 訳), 東京: ピアソン・エデュケーション, 2008

配布資料: 講義のトピックスに応じて、クラスの中で適宜配布(論文、新聞・雑誌クリッピングなど)、井之上ブログ
<http://inoueblog.com>

〔その他(授業外学習の指示・オフィスアワー等)〕

オフィスアワー: e-mail による相談は随時受け付けます (inoue.takashi@gsm.kyoto-u.ac.jp)