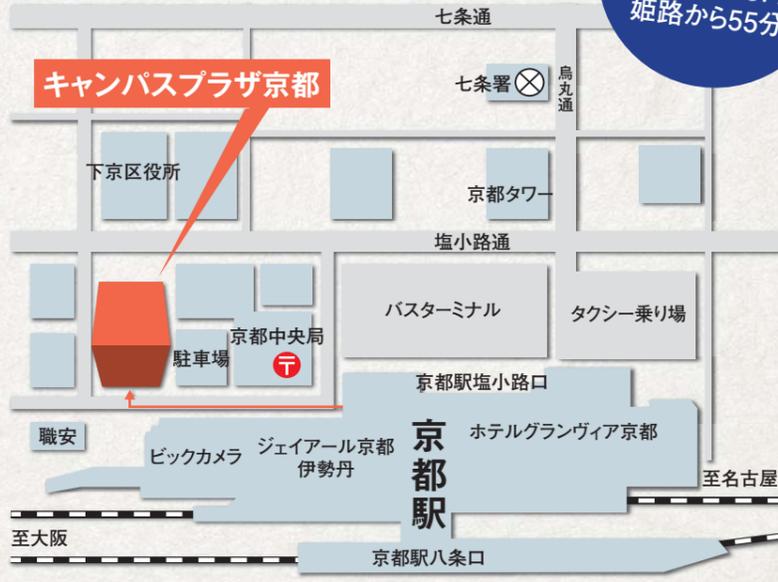


**アクセス** JR京都駅すぐの抜群のロケーション。



キャンパスプラザ京都外観



新幹線通学にも便利!  
名古屋から37分!  
姫路から55分!

会場 「キャンパスプラザ京都」6階 京都産業大学第3講習室(大学院サテライト)  
〒600-8216 京都市下京区西洞院通塩小路下「大学コンソーシアム京都」内

世界的な活躍を目指す、  
コーポレート・コミュニケーション能力を養い、  
修士「マネジメント」の学位が取れる!

大学院マネジメント研究科

<p><b>マネジメント専攻</b></p> <p>企業実務のみに必要なスキルではなく、あらゆる組織において高度なマネジメントを行える人材の育成を目的としています。学生だけでなく、他分野出身者や社会人にも広く門戸を開いており、マネジメントの基礎専門知識(経営学・マーケティング・簿記会計・経営情報)のレベルが十分でない他分野の出身者には、修士課程の専門研究と並行して経営学を基礎から学ぶことができる「リメディアル教育」を展開。これにより、これまで培ってきたバックグラウンドに高度なマネジメント能力を加え、現代社会が求める複眼的な視野を養うことが可能です。</p>	<p><b>新設</b> マネジメント専攻 コーポレート・ コミュニケーション・コース</p> <p>世界的な大変革時代の中、企業の「コーポレート・コミュニケーション」もマスコミなどを通じた「間接的なものを中心とした時代」からWEBやインターネットなどのITを活用した「直接的なものを中心とした時代」に変わりつつあります。従来の企業広報部は、広報戦略の立案や黒子役、マスコミ・メディア対策としての役割が中心でしたが、これからはIT化、グローバル化に対応した人材が求められていくことになります。そこで「コーポレート・コミュニケーション・コース」では、この新たな企業広報の流れを受け、専門的知識を身につけた企業広報の専門家養成することを中心にカリキュラムを開設しています。</p>	<p>ジョイントプログラム 「税務エキスパート」</p> <p>マネジメント研究科と法学研究科双方の入学試験において、特に優秀な成績を収めたものが対象となるプログラム。マネジメントと法学の2つの分野を学び、税に関連する学問領域に関わる、深い知見を持った税理士の育成を目指します。大学院に進学し税法と会計学の修士論文によって2つの学位を得れば、税理士試験5科目のうち、3科目(会計学1科目・税法2科目)が免除申請できます。最短3年間で税務の素養を身につけ、両研究科の学位を取得するとともに、学費や時間のコストの心配を軽減し、短期間での税理士の資格取得を可能にしました。</p>	<p>デュアル・ディグリー プログラム 「DDP」</p> <p>ミズーリ大学セントルイス校への1年間の留学と、その前後半期ずつを本学大学院マネジメント研究科で学ぶことで、MBAと本学修士(マネジメント)を2年間で取得するプログラムです。出身地・立場・年齢・価値観などがさまざまに違う学生や教員との議論を通し、広い視野と生きた国際理解の獲得を目指します。また、アメリカ西部の玄関口として経済発展を続けるセントルイスでの企業インターンシップも用意し、日本の大手企業から外資系、海外企業まであらゆるケースに対応できる高度なマネジメント能力を持つ人材の育成を目指しています。</p>
---	--	---	--

コースの特色

- feature 1 週末にスキルアップしたい  
**土曜日・日曜日の集中プログラム**
- feature 2 遠距離からも通いやすい好立地  
**キャンパスプラザ京都で開講**
- feature 3 取得した技能を即、現場で発揮したい  
**2年間で修士の学位を取得**  
(最短1年) (修士「マネジメント」)
- feature 4 社会人が自分のペースで履修できる  
**「長期履修制度」導入**  
(予定)

カリキュラムの特徴

- 1科目2コマの連続講義**(3時間)  
専門の教官と、ゲストスピーカーによる実践的な講義をしっかりと受けられるタイムスケジュール
- 1科目を約7週間で修了**(2カ月)  
事前のスケジュールも立てやすい短期集中型
- 1日3科目の授業**  
一点集中ではなく、効率よく科目を分散させることで、総合的なスキルの獲得を目指す

当コース開設に賛同します。

# 企業からの熱い期待! 私たちは応援します!

コーポレート・コミュニケーションはビジネスの最前線へ直結する



推薦します

## 堀場 雅夫氏

株式会社堀場製作所  
最高顧問

個対個も難しいのにB2B、B2Cとなれば尚多くの問題がある。考え様によっては永遠のテーマかもしれない。

ただ経験上言えることは、失敗の大部分は伝える側に確固たる信念や哲学がない時である。

当コースでは、コーポレート・コミュニケーション(C.C.)の単なるテクノロジーだけでなく、人間の存在や理念についても学習していただきたい。



推薦します

## 坂倉 隆仁氏

花王株式会社  
コーポレートコミュニケーション部門  
広報部長

社会と会社を結ぶ窓を大きく開けて、常に新鮮な空気を取り込みながら、社会の一員として尊敬される価値ある企業を目指すことが我々の課題です。

これを速やかに実践できるプロを育成するための論理と実践を学び、そして倫理を身につける場として大いに期待しております。



推薦します

## 野村 律子氏

アポット ジャパン株式会社  
広報部 マネージャー

ビジネス社会で成功を収めるには、いかに効率的にステークホルダーとのコミュニケーションを行うかが鍵となります。私達コミュニケーションは様々なツールを使って、どのように自分達のメッセージを戦略的に伝えるかを日々考え、実践しています。コミュニケーションスキルを身に付け、色々な場面で上手く応用できるようになる事は最大の武器となります。オバマ氏が米国初の次期黒人大統領に決まり、米国にとって歴史上大きな変化を生み出す事になりますが、「C.C.コース」が日本で開設された事も日本のC.C.の歴史において大きな変化の一つです。期待と共に心よりお祝いいたします。



推薦します

## 松枝 健夫氏

パナソニック株式会社  
コーポレートコミュニケーション本部  
広報グループ 社内広報総括部長

組織がフラット化し、お客様とダイレクトにコミュニケーションをする時代、個人々が会社情報をしっかりと認識し、会社の理念を語れることが企業価値を高める上で、極めて重要です。本コースが提供する多彩な講義は、C.C.第一線の現場力に実践力ある理論を加え、C.C.職能としての専門性を高めることができると確信します。



推薦します

## 菅原 正博氏

宝塚造形芸術大学  
専門職大学院  
デザイン経営研究科長  
日本広報学会 常任理事

いよいよ「C.C.(広報:コーポレート・コミュニケーション)コース」が開講になることはおめでたいことです。C.C.は、「パブリック・リレーションズ」とも言われていますが、「C.C.関連スクール」は海外では数百もあります。「企業の公器化」が叫ばれている中、企業にとってC.C.専門職やC.C.O(チーフ・コミュニケーション・オフィサー)としての役割はグローバルに大きく拡がり、その力量アップのための「C.C.スクール」に大いに期待しています。

## 最前線で活躍する講師陣がレクチャー

~世界に通用する実践力を育成します~

### 南堀 信男氏

元・シャープ株式会社 宣伝部 専事



「D-3ケース・スタディ:B2Cの事例研究」を担当。日本万博スイス政府広報担当官、豪州、米国政府など広報コンサルタントを経て、シャープ(株)に入社。長年、広報に従事し、海外広報活動などを立ち上げ、その後ブランド戦略推進本部でC.C.活動に携わる。研究分野はグローバル企業のC.C.活動他。

### 野田 光一氏

甲南女子大学 広報・ブランド戦略主幹 元パナソニック株式会社 CC本部 総括部長



「D-1ケース・スタディ:B2Cの事例研究」を担当。世界的超優良企業(グローバルエクセレンス)において社名変更をした「パナソニック」の全社C.C.活動を、豊かな企業体験をもとに「松下幸之助創業者の経営理念」や「コーポレート・ブランド戦略」の観点からわかりやすく解説し、受講者のC.C.実践対応力を高めます。

### 大島 幸男氏

株式会社村田製作所 広報部長



「D-2ケース・スタディ:B2Bの事例研究」を担当。東北大学大学院教育学研究科修士課程を修了後、76年、(株)村田製作所に入社、89年総務部総務1課長に就任以来、広報室長、総務部長、広報部長として企業広報・企業広告を担当。B2B企業におけるC.C.活動に長く取り組み、最近「ムラタセイサク君」で評判。

### 守屋 和明氏

株式会社日経アドエージェンシー 常務取締役 開発・プロジェクト推進担当



「A-2、A-3」を担当。日本及びグローバルにおける「コーポレート・コミュニケーション(C.C.)」の実際を把握することで、今後の「PR(広報)」活動を考察する。併せて、「C.C.」におけるIR活動とは?危機管理とは?など、実態に基づいた内容を伝えながら同時に考えて行きたい。

## カリキュラム

最新の理論に、現場の実践を加えた7コース。

### Aコース C.C.基礎コース

- ▶ A-1 C.C.専門職の社会的責任  
会社は社会の公器、チーフ・コミュニケーション・オフィサーの時代、C.C.の概念・理論と世界の状況、C.C.の上流工程と下流工程他。
- ▶ A-2 C.C.プログラム・マネジメント  
顧客リレーションズ・マネジメント、メディア・リレーションズ・マネジメント、社内リレーションズ・マネジメント他。
- ▶ A-3 C.C.テクニカル・マネジメント  
ニュース・リリース、WEB対応、社内報、イベント、IRとアンニュアル・レポート、PR検定模擬試験他。

### Cコース 研究演習

- ▶ C-1 特論演習 I 必修科目
- ▶ C-2 特論演習 II 必修科目
- ▶ C-3 特論演習 III 必修科目
- ▶ C-4 特論演習 IV 必修科目

### Eコース グローバル研究

- ▶ E-1 マネジメント英語文献講読 必修科目
- ▶ E-2 グローバル研究 I (USA)
- ▶ E-3 グローバル研究 II (ヨーロッパ)
- ▶ E-4 グローバル研究 III (海外広報他)

### Gコース 特別講義

### Bコース ステークホルダー・マネジメント

- ▶ B-1 コーポレート・ブランド・マネジメント  
日本とは、日本企業とは?、自社の理念・使命の確立と次なるミッション探し、コーポレート・ブランドの歴史と現代、ブランド・コミュニケーション他。
- ▶ B-2 イシュー・マネジメント  
内部統制と危機管理、危機管理広報の実際、企業理念とイシュー・リスクマネジメント、クレーム対応の技術、鳥インフルエンザ対策他。
- ▶ B-3 レピュテーション・マネジメント  
企業価値の向上、C.C.効果測定、企業価値・C.C.効果測定機能としての日経企業イメージ調査、企業事例:C.C.評価方法他。

### Dコース ケース・スタディ

- ▶ D-1 ケース・スタディ I (B2C)
- ▶ D-2 ケース・スタディ II (B2B)
- ▶ D-3 ケース・スタディ III (B2C)

### Fコース 特論演習担当者の科目 (F-2またはF-3)

- ▶ F-1 コミュニケーション・マネジメント
- ▶ F-2 マーケティング 選択必修科目
- ▶ F-3 マーケティング戦略史 選択必修科目
- ▶ F-4 行政広報 (予定)

※1科目2コマ(3時間)の連続講義で、約7週間(2ヶ月)で修了。  
※研究指導教員の特論演習4科目(8単位)を含む30単位以上を修得。

## タイムテーブル

効率的なレクチャー・スタイルが最短1年での「修士」取得を実現。

		土曜日					
		1時限	2時限	3時限	4時限	5時限	6時限
		9:50 ~ 11:20	11:30 ~ 13:00	13:50 ~ 15:20	15:30 ~ 17:00	17:50 ~ 19:20	19:30 ~ 21:00
春学期	前半 4月-5月	A-1	A-1	A-2	A-2	A-3	A-3
	後半 6月-7月	B-1	B-1	D-1	D-1	F-1	F-1
秋学期	前半 9月-11月	B-2	B-2	D-2	D-2	F-2	F-2
	後半 11月-1月	B-3	B-3	D-3	D-3	F-3	F-3

		日曜日					
		1時限	2時限	3時限	4時限	5時限	6時限
		9:50 ~ 11:20	11:30 ~ 13:00	13:50 ~ 15:20	15:30 ~ 17:00	17:50 ~ 19:20	19:30 ~ 21:00
春学期	前半 4月-5月	E-1	E-1	C-1/C-3			
	後半 6月-7月	E-2	E-2	C-1/C-3			
秋学期	前半 9月-11月	E-3	E-3	C-2/C-4			
	後半 11月-1月	E-4	E-4	C-2/C-4			

※掲載の時間割につきましては予定です。土曜日は講義科目、日曜日は主として演習科目となっています。  
上記科目から、各自の履修スタイルにあった形で履修することが可能となります。