

まとめ

# ブランディングに取り組むための

## ⑤ STEP

コロナ禍でさまざまな活動や計画の中止、変更が余儀なくされた2020年の上期。ここからどう挽回するか、だけに終わらず、これをきっかけに大学の発展につながる改革ができるかが、18歳人口減少社会の中での大学の存亡を左右する。今こそ、大学ブランディングを!



1

### ビジョンの見直し

～社会からどんな期待をされる大学をめざすか?

コロナ禍をきっかけに大きく変わる社会。従来のビジョンが当てはまりにくくなった今こそ、自学が社会からどんな期待をされたいのか、それをどう成し遂げるのか、ビジョンを見直そう。



2

### 現状把握

～めざすビジョンと現状とのギャップは?

掲げたビジョンを達成するためにまず必要なのが、理想と現状の距離の把握。その距離を縮めるうえで、どんな問題があるのか。その解決策が課題に当たる。



3

### 教育の見直し

～教育はビジョンを達成する手段となっているか?

ビジョンを達成するための3ポリシー、教育プログラムや効果的な教育手段が用意されているか。遠隔授業の可能性を実感した今こそ、教育の見直しどきだ。



4

### 広報の見直し

～ターゲットと十分にコミュニケーションが取れる方法は?

特に学生募集においては、ターゲットの高校や高校生に対して、自学について理解、共感を促すコミュニケーションを。デジタルメディアをどう活用していくかがポイントだ。



5

### 組織体制の見直し

～全教職員にとってブランディングが「自分事」になっているか?

ブランディングは執行部が陣頭指揮を執らないと始まらないが、それを具現化するのは一人ひとりの構成員。各自が「自分事」化するような体制、進め方を。