

1. 主旨

SNS（ソーシャル・ネットワーキング・サービス）というツールが一般化し、ソーシャルメディアを通じた情報発信が簡単にできる時代になった今、広報部門にとってSNS・ソーシャルメディアの活用は重要なテーマになっています。本講習では、Facebook®、X（旧 Twitter）、Instagram®、YouTube®の4つの代表的なツールの特徴を紹介し、活用事例を通じて、SNS・ソーシャルメディアを利用した広報の取り組みについて学びます。

2. 開催日程等 ＊プログラム E 参照

	第1回	第2回
対 象	広報・ソーシャルメディア担当者向け	広報・ソーシャルメディア担当者向け
開催日	8月5日（火）	8月25日（月）

※受講対象者や開催時間等、受講申込方法等は、P3 各種講習会（前期開催要綱）共通項目をご確認ください。

対 象：(SNS)広報担当者

ねらい： SNSが一般化し、ソーシャルメディアを通じた情報発信が簡単にできる時代を迎えこれらを利用した広報活動及び活用は重要なテーマになっています。 研修においては、Facebook®、X®（旧Twitter）、Instagram®、YouTube® の4つの代表的なツールの特徴を紹介し、活用事例を通じて、SNS・ソーシャルメディアを利用した広報の取り組みについて学ぶこととしています。

時 間	講 習 内 容 ※講義・個人ワーク・グループワークを適宜実施します
12:40	接続開始（音声チェック）
12:55	ガイダンス
13:00	1. SNSを利用した広報活動とは （1）広報活動とは （2）SNS活用、配信の目的 （3）SNS運用の位置づけ 【ワーク】 自社のSNS活用の投稿、他組織の投稿で有効だと感じた投稿を振り返る （4）バズマーケティングとは 2. Facebook® ～広報の基盤としてオフィシャル感を活かす （1）Facebook®とは （2）Facebook®の特徴 （3）Facebook®の投稿タイプ （4）企業におけるFacebook®活用事例 3. X®（旧Twitter）～速報性と拡散力を活かしたアクティブな情報開示 （1）X®（旧Twitter）とは （2）X®の特徴 （3）X®の投稿タイプ （4）注目されるツイートの条件 （5）ハッシュタグの活用 （6）地方自治体におけるX®活用事例 4. Instagram® ～若年層を中心に高い購買影響力を持つ （1）Instagram®とは （2）Instagram®の特徴 （3）Instagram®の投稿タイプ （4）UGCとストーリーズの活用 5. YouTube® ～動画ならではの情報伝達力の活用 （1）YouTube®とは （2）企業におけるYouTube®の利用 （3）YouTube®を活用するメリット 6. 効果測定の方法とSNSの分析ツール （1）分析ツールを使って日々の投稿を見直す （2）分析ツールで調べるべき3つのポイント （3）分析ツール 7. SNSのリスクを考える （1）SNSにおける炎上とは （2）ソーシャルメディアのリスクを理解する （3）SNSの炎上事例 8. まとめ 【ワーク】 自社でのFacebook®, X®（旧Twitter）、YouTube®, Instagram®の活用を考える
16:30	閉 講（終了）

※休憩は進行に応じて（30分から40分ごとに）10分程度の休憩を行います