

経営協議会学外委員からの意見を法人運営の改善に活用した取組事例

平成26年度

【意見】

(第3回：2月10日)

広報推進のための大学のキャッチコピーはターゲットを絞った方がよい。ホームページは文字が多すぎるので、高校生は見ないのではないか。

【取組事例】

平成27年度には、広報推進のため、本学のシンボルフレーズ「先生になりたいーそれはかなう夢」及びシンボルマークを策定し、大学のブランドイメージを明確にした。

平成27年度には大学のホームページをリニューアルし、平成28年度に公開することとした。