

⑬2024年度 学生募集戦略

PLAN(計画) ➡2024年4月までに
P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。
・大学入学者の定員充足
・年内入試(専願制入試)に於ける定員充足率向上 ・高大連携の促進
・OC参加者の志願意欲醸成、出願率向上
・外国語学部、人間学部の募集強化と定員充足 ・大学改革(新学部設置)構想PR

DO(実施)	
D:計画を実行しその効果を測定する。	実施状況(実施率)
・複数年度を見据えた募集活動 ・本学理解、興味・喚起を促進 ・昨年OC参加者を対象に志願度向上を強化	80%
・年内入試制度、指定校付与校・付与枠の見直し ・高校訪問、高校内ガイダンス、教員出張講義、大学見学会、高大連携プログラム強化	90%
・対面広報の場、web広告、SNS等でOC参加誘導 ・出願率向上につながるよう各学部プログラムの見直し	90%
・学部改革内容の情報発信 ・学問分野志望など対象設定による広報活動 ・新学部向け高校内ガイダンスの参加	80%

CHECK(評価)	
C:目標とその実践の差異、実践した行動の評価・分析を行う。	
評価	評価の理由/課題/根拠データ等
3/18時点で入学定員充足は未達となる見込み。年内入試へのシフト、チャレンジ志向などによる一般選抜の志願者減少の影響が考えられる。	年度末まとめ「応募人員報告書」
年内入試における入学予定者数は、入学定員充足率と比較すると昨年比で約10ポイントアップ。4学部で入学定員の5割以上を確保したが、保健医療技術学部は昨年比8割。	経営学部で9月総合型導入。10月総合型の歩留効果
OC参加者における受験生の人数、出願率は昨年より向上。出願率は昨年より2.2ポイントアップ。	OCプログラムの見直し、学生スタッフ主体のOC実施
外国語学部は3/18時点で入学定員充足の見込み。人間学部は昨年より入学者数増加だが入学定員充足率は未達。	外国語学部は入学定員を減じたこともあり充足の見込み。学問分野志望者も増加傾向。

ACITON(次への改善)
A:課題や問題点についての改善、対策を行い、次への「PLAN」へ繋げる
年内入試で入学者確保。そのための入試制度構築。高校1、2年生の接触者を増やし母集団を形成。早期の接触者の志望意欲醸成。
年内入試のさらなる見直しで新規層の出願促進を図る。早期の入試で志願者増加を図る。高校との関係を再構築。
募集の厳しい学科の参加人数を増やすことが課題。学びの理解と合わせ入試の理解と出願促進。
外国語、人間学部、新学部とも他大との差別化、本学の特長・魅力を明確化。卒業後の進路イメージの提示により期待感、安心感を醸成。

⑭2025年度 学生募集戦略

PLAN(計画) ➡2025年4月までに
P:目標を策定、実現するための具体的な方法を考える。
大学入学者の定員充足 ・年内入試における入学定員充足率向上(人間学部の総合方選抜に「テーマ学修型」選抜を新設する) ・OC参加者の出願率向上(学科ガイダンスに加え、体験型企画を実施し学びや仕事への理解を深める取り組みを行う。)
複数年度を見据えた学生募集 ・高大連携 ・OC参加者の志望意欲醸成 ・将来の仕事から学部選択が可能となる広報上の工夫を図る。
ヒューマン・データサイエンス学部の募集 ・設置認可申請中の募集活動強化と認可後の入試戦略
大学改革構想PR ・各学部の改革PR強化