

平成19年度「専修学校教育重点支援プラン」成果報告書

事業名	日本型セールスレップを育成する専門学校用教育プログラムの開発		
法人名	学校法人秋葉学園		
学校名	千葉情報経理専門学校		
代表者	理事長 秋葉 英一	担当者 連絡先	高山 佳久(たかやま よしひさ) TEL 043-246-4211
<p>1. 事業の概要</p> <p>本事業では、将来的に我が国の産業の活性化、雇用の促進にとって重要な役割を果たすと考えられるセールスレップに必要とされる基礎知識や基盤的なスキルを有する新領域の人材を育成する目的で、全国初の専門学校に最適化された教育プログラムを開発した。</p> <p>開発に先立ち、セールスレップに関する実態調査を実施し、その分析結果を基に、セールスレップを育成するための教育プログラムの開発を行った。教育プログラムの開発は、主としてカリキュラムの策定とその核となる、セールスレップのさまざまな活動事例に基づいたケーススタディ教材の開発からなる。さらに、開発した教材の有用性を検証する目的で、実証講座を実施した。</p> <p>2. 事業の評価に関する項目</p> <p>①目的・重点事項の達成状況</p> <p>本教育プログラムの核となるケーススタディ教材の効果を確認する目的で実施した実証講座の結果から、高い学習効果や満足度を確認することができた。また、グループ学習などの学習形式に対する受講生の反応も肯定的であり、ケーススタディ教材の有用性があることの確証を得ることができた。</p> <p>②事業により得られた成果</p> <p>本教育プログラムの開発は、主として教育カリキュラムの策定とその核となるケーススタディ教材の開発からなる。</p> <p>本教育プログラムでは、営業のプロフェッショナルとしての知識やスキルのエッセンスが、セールスレップの活動に集約されていることに着目し、「セールスレップの一連の活動を素材とし、セールスレップを含む広い意味での営業に全般的に必要とされる基礎知識や基盤的なスキルを理解し習得する」ことを目標とした。そして、専門学校の学生が営業の実務経験がないという問題の解決を図るために、セールスレップのさまざまな活動事例に基づいた14のケーススタディ演習をコア教材として開発した。</p> <p>セールスレップの教育カリキュラムの策定においては、営業職あるいはセールスレップを目指す上で特に重要で汎用的な知識・スキルを抽出し重点的に配置した。</p> <p>教育プログラムの総時間数は、202.5時間で、そのうち、セールスレップに関する専門科目2科目の総時間数は、90時間、周辺の基礎科目5科目の総時間数は、112.5時間とした。</p> <p>③今後の活用</p> <p>成果物は、学内で活用し、運用面での充実を図っていく予定である。また、実証講座で肯定的な反応の高かったグループ学習やロールプレイなどの学習形式については、運用を通じてより効果的な活用を模索し、他の授業にも応用できないか検討していきたいと考える。</p>			

④次年度以降における課題・展開

今回開発したケーススタディ教材には、営業のプロフェッショナルとしての知識やスキルがエッセンスとして集約されているため、中には難度の高いものもある。そうしたケーススタディについては、運用を行いながら、理解を促進させるための周辺資料の充実や運用方法の検討を図っていく必要がある。

また、教員に関しては、営業の実践的な実務内容についての理解を深めるため、実際にセールスステップとして活躍している方々と、ケーススタディ教材の教授法の観点から討論するなど、ブラッシュアップを図っていく必要がある。

3. 事業の実施に関する項目

①実態調査

教育プログラムの開発に向け、活用可能な基礎的な資料を収集、整備することを目的として実態調査を実施した。

調査は、WEBサイトや書籍・文献での調査を中心に進め、不明な点などに関しては、有識者からのヒアリングなどの手段を通じ補足した。

調査は、以下の3点に重点を置き実施した。

- ①セールスステップの現状と今後の動向
- ②セールスステップと業務領域が関連する資格との比較
- ③専門学校に適応したセールスステップを育成する教育プログラムの検討

調査結果及び分析の内容は、教育プログラムのカリキュラムの策定やコア教材の開発に反映させ、実態に即した教育プログラムの開発を目指した。

②教育プログラムの開発

教育プログラムの開発は、主として教育カリキュラムの策定とその核となるケーススタディ教材の開発からなる。

セールスステップは営業のプロフェッショナルであり、その全体の活動には、営業のプロフェッショナルとしての知識やスキルがエッセンスとして集約されている。本教育プログラムでは、この点に着目し、「セールスステップの一連の活動を素材とし、セールスステップを含む広い意味での営業に全般的に必要な基礎知識や基盤的なスキルを理解し習得する」ことを目標とした。

しかしながら、営業の実務経験がない専門学校の学生にとっては、営業の実務的な場面の状況を具体的にイメージすることができず、理解するのが難しいのではないかと考えられた。このような問題を解決するために、重要と考えられるテーマに対して、セールスステップのさまざまな活動事例に基づいた14のケーススタディ演習をコア教材として開発した。

ケーススタディ演習においては、ロールプレイによる参加型の演習やグループ学習なども効果的に取り入れるよう工夫をし、セールスステップや営業職に必要なコミュニケーションスキルやプレゼンテーションスキルなどの習得が効果的に図れるよう配慮した。

セールスステップの教育カリキュラムの策定においては、営業職あるいはセールスステップを目指す上で特に重要で汎用的な知識・スキルを抽出し重点的に配置した。教育プログラムの総時間数は、202.5時間で、そのうち、セールスステップに関する専門科目の総時間数は、90時間、周辺の基礎科目の総時間数は、112.5時間とした。

③実証講座

専門学校のビジネス系学科学生を対象に、実証講座を実施した。実証講座は、受講者(被験者)の満足度や学習効果などを評価することにより、ケーススタディ教材の妥当性や有用性を検証することを目的とした。

実施期間は平成20年2月14日・15日の2日間で、千葉情報経理専門学校にて情報ビジネス科1年生(2/14: 21名、2/15: 20名)を対象に実施した。

実施後のアンケート結果などから、受講者の高い満足度や学習効果を確認することができた。また、学習形式(グループ学習、ロールプレイ演習など)に対する受講者の反応も肯定的であり、ケーススタディ教材が有用であることの実証を得ることができた。

④その他

本事業で開発した教育プログラムでは、セールスレップという職種の一連の活動を通して、社会や実務の現場を現実感を持って疑似体験するケーススタディや、グループ学習、プレゼンテーション、ロールプレイなどの学習形式を通して、人とのコミュニケーションを実践的にはかるなどの各種の試みがなされている。その結果として、実証講座のアンケートの自由意見欄では、通常授業の講義では得ることのできない新たな興味や気づきについての感想も多く寄せられた。こうした興味や気づきなどを喚起できる可能性に対しても本教育プログラムの有用性が期待できると考えられる。