

1. 研究の目的

高等教育機関にてサービスマーケティングプログラムを実施することによってもたらされる学生、大学や社会的に及ぼされるインパクト(影響)について測るためのアセスメント尺度の開発。

2. 研究の内容

これまで申請者らは、プログラム評価理論に基づき、サービスマーケティングプログラム(学生による地域貢献と学びを融合したプログラム)の評価手法の開発についての研究に取り組んできており、その成果を2010年及び2011年の「大学ボランティアセンターフォーラム」や2012年NPO学会等で発表してきた。本研究はそれらの発展形である。本研究のゴールは日本の高等教育機関が推進する、サービスマーケティングプログラムのアセスメントツールを開発することである。

これに向けて関西国際大学にてサービスマーケティングの指導実績のある先生を講師として、国内のサービスマーケティングプログラムの評価研究のレクチャー及びその検討をおこない、それを踏まえてサービスマーケティングプログラムのアセスメント尺度の開発をおこなった。

第1回：日本国内のサービスマーケティングプログラムの評価研究のレクチャー及びその検討を実施した。

第2回：大学ボランティアセンターがおこなう復興支援プログラム(サービスマーケティングプログラム)によりもたらされた地域や学生のためのアセスメント尺度の開発のための議論をおこなった。学生の変化を期待する項目として、市民性、アカデミックな学びとの連動、キャリア形成であるが、どのプログラムも共通して、この変化を目指すのかなどが課題として残った。

3. 研究会の成果と課題

本研究会が目的としてきたサービスマーケティングプログラムの学生や地域社会へのインパクト(影響)をアセスメントする評価項目についての検討が終了し、2013年3月にインタビュー調査が行われる段階となったことが、研究成果である。

また本研究で得た知見は、5月の大学教育学会で発表し、さらに理論的にも研究を重ねていく予定である。

本研究「サービスマーケティングプログラムを実施することによってもたらされる学生、大学や社会的に及ぼされるインパクト(影響)について測るためのアセスメント尺度の開発」を目的として取り組んできた。今回の調査活動を踏まえ、課題を洗い出し、完成度の高いアセスメント尺度を開発することが課題である。