

パッケージ型 オンデマンド研修

ハラスメント防止対策研修

研修の目的

学校におけるハラスメントに関する正しい知識を認識し、一人ひとりが当事者意識を持つことで、学内外での加害・被害を防ぎます。学校現場では様々なハラスメント被害が潜んでいます。それらを踏まえ、学校で注意すべきアカハラ・パワハラ・セクハラを中心に、正しい知識とその対策を、実際に起きた学校の事例をもとにしながら学びます。

研修の構成（例）

所要時間 90分（チャプターごと動画分割）

1 現状とこれまでの取り組み | 時代の流れをつかむ

- ・ ハラスメント相談件数 経年の変化
- ・ 近年の相談内容と傾向
- ・ ハラスメント関連の法整備／関連省庁からの通知

2 ハラスメントの定義と類型 | ハラスメントの種類を知る

- ・ ハラスメント
対価型（要求を拒否すると不利益を被る）
環境型（熱心で行き過ぎた指導が不快な気持ちを起こさせる）

3 代表的ハラスメントと事例 | ハラスメントの定義と場面を知る

- ・ セクシャルハラスメント／パワーハラスメント／
アカデミックハラスメント／マタニティハラスメント／
アルコールハラスメント／ハラスメント・ハラスメント
- ・ LGBTQへの配慮と国立大学アウティング事例

4 近年の事例による考察 | 学校での発生事例を知る

- ・ 当事者：教員と学生／教員と教員など
- ・ 学校区分：大学／専門学校／高校など
- ・ 事例考察 ①指導への熱意のあまり、つい感情的になる
②いつでも、だれにでも起こりうること

5 報道事例による考察 | ケーススタディで考えてみよう

- ・ 【ケース①】教員→学生 講義打ち切り、暴言
- ・ 【ケース②】教員→学生 深夜まで強制、威嚇的態度
- ・ 【ケース③】職員→職員 業務上のミス、人事評価
- ・ 【ケース④】教員→生徒 部活指導、暴言

6 ハラスメントの初期対応 | 正しい対処方法を知る

- ・ セカンドハラスメントを防ぐ
- ・ 被害者に言ってはいけない言葉
- ・ ハラスメントを防止するコミュニケーション促進例

7 まとめ | ハラスメントを防ぐ方法を知る

- ・ 個人と組織（学校）の両輪がしっかり回る

個人情報保護研修

研修の目的

学校現場におけるサービスと個人情報は不可分の関係にあり、学生サービス向上の為には、個人情報を有効に活用するという観点が必要です。本研修では、個人情報保護法の理解はもちろん、「ゼミ」「履修登録」「試験」等、学校特有のシーンごとにその対策を学び、個人情報を有効に活用するために必要かつ適切な取扱い方を修得します。

研修の構成（例）

所要時間 90分（チャプターごと動画分割）

1 個人情報に関する意識度チェック

- ・ 他人に知られたくない情報
- ・ 取扱い事業者に取り組んでほしい個人情報保護対策
- ・ 取扱い事業者から個人情報が漏えいした場合に望む対応

2 教育現場における個人情報とは

- ・ 学校における個人情報保護の重要性
- ・ 個人情報漏えいの現状
- ・ 個人情報漏えい事例
- ・ 個人情報漏えいの法的責任

3 個人情報についての再確認

- ・ 個人情報とは
- ・ 個人情報保護委員会
「個人情報の保護に関する法律についてのガイドライン」の解説

4 漏えい防止対策【ワーク】

- ・ 事例から学ぶ（個人情報漏えいのケーススタディ）
 - － 盗難による個人情報漏えい
 - － 誤操作による個人情報漏えい
 - － 管理ミスによる個人情報漏えい

5 まとめ

- ・ 個人情報保護対策におけるマネジメントサイクル
- ・ 個人情報を有効活用するために



DX人材養成研修（初級編）

研修の目的

職員力の基礎講座として、「課題設定～業務改善」に必要となるスキル、スタンスの基本を学ぶことを目的としています。

研修の構成（例）

所要時間 125分（チャプターごと動画分割）

• DXの定義とDXを推進するための課題について学ぶ

- 「DXとITの違い」
- 「大学におけるDXの三段階」

1. DXとは



• 現状を把握・分析し、問題を見つけていく力について学ぶ

- 「課題発見力とは」
- 「課題設定に必要な視方」

2. 課題発見



• 企画を立案するときのプロセスについて学ぶ

- 「定型業務から企画業務へのシフト」
- 「企画立案のプロセス」

3. 企画立案



• 計画を実行に移すための部署を跨いだ交渉力・調整力について学ぶ

- 「交渉力・調整力・説明能力」

4. 企画推進



• 非効率な業務実例と改善の思考プロセスについて学ぶ

- 「大学で業務改善が必要となる背景」
- 「事務組織・業務フローの課題」

5. 業務改善



マーケティング基礎研修（オンデマンド版）

研修の目的

学校業界におけるマーケティングに関する基本的な知識および考え方の習得を図ります。

研修の構成

所要時間 60分（チャプターごと動画分割）

1 学生募集マーケティングとはなにか

- ・ マーケティング5.0
- ・ 高等教育機関の入試広報戦略
- ・ 入試広報のパラダイムシフト

2 学生募集マーケティングの計画は

どうやって作るのか

- ・ STPのTheory
- ・ マーケティングミックスのTheory
- ・ 入試広報募集計画
- ・ 入試広報のフロー戦略と目標設定

3 学生募集マーケティングをどうやって

戦略化するのか

- ① ナーチャリング広報
 - ・ ナーチャリング広報のマーケティング戦略
 - ・ 事例研究
- ② タイミング広報
 - ・ 早期化長期化並行化募集のタイミング広報
 - ・ 高校3年生向け入試広報戦略
 - ・ 高校1, 2年生向け入試広報戦略
- ③ DX広報
 - ・ DX広報とマーケティング戦略
 - ・ DX戦略～マーケティングオートメーション～
 - ・ 出願促進のデジタルマーケティング戦略

ブランディング基礎研修（オンデマンド版）

研修の目的

高等教育機関におけるブランドに関する基本的な知識および考え方の習得を図ります。

研修の構成

所要時間 60分（チャプターごと動画分割）

1 ブランドとはなにか

- ・ ブランドの定義
- ・ 学校におけるブランドとはなにか
- ・ 学校におけるブランド戦略とはなにか
- ・ 事例研究

2 ブランドをどうやって作るのか

- ・ 学校のブランド戦略のTheory
- ・ UI（ユニバーサル・アイデンティティ）
- ・ ミッション・ビジョン・バリューの構築方法
- ・ ワークショップ：スクールアイデンティティを考えよう

えよう

3 ブランドをどうやって伝えるのか

- ・ VI（ビジュアルアイデンティティ）
- ・ VI戦略
- ・ 事例研究
- ・ 全学体制のインナーブランディング

4 ブランド事例研究

- ・ 事例研究：他校事例

