

從教學設計觀點分析 C 保養品公司之教育訓練

李宗薇¹ 張育晉²

¹國立臺北教育大學 課程與教學傳播科技研究所 教授

E-mail : lisky@tea.ntue.edu.tw

²國立臺北教育大學 課程與教學傳播科技研究所 學生

E-mail : ocean955186@gmail.com

摘要

近年企業體認人力素質影響其競爭力，故逐漸重視員工之教育訓練；然教育訓練如缺乏妥善、縝密的規劃，常流於形式，無法帶來預期的效益。

本研究應用 Morrison 等人的教學設計模式，探究 C 保養品公司的教育訓練與教材中的訊息設計。結果顯示 C 公司的訓練教材在圖文等訊息設計大致符合相關原則，然在文字通順流暢、圖文色澤等可再加強。至於新人教育訓練，可再注意新人先備知識有別，調整訓練課程的時間與內容，以因應個別差異。

關鍵字：教學設計、教育訓練、訊息設計、訓練教材、圖文編排

Abstract

In recent years, enterprises recognize the quality of human resources affect their competitiveness, therefore enterprises gradually focus on employee's training. However training without properly and careful planning couldn't bring the benefit they expect.

Morrison's et al instructional design model was used to explore C skin care product company's employee training and the message design of the training materials. The results showed that C company's training materials broadly consistent with the principles of graphic and message design of Morrison's model, however in the legibility of words and the color of picture and graphic needs to be improved. As for new employee's training, could notice the job-related skills among the new employees, and then adjust the training time and content of the training for individual differences.

Keywords : Instructional Design, Training, Message Design, Training materials, Graphic arrangement

壹、前言

1.1 研究背景與動機

Cosgrove 和 Speed(1995)認為業界資深主管長久以來低估教育訓練在企業發展的價值，然無可諱言，教育訓練在重塑美國企業扮演舉足輕重的角色。無論中外，很多企業誤以為員工的教育訓練效益有限，故輕忽教育訓練，然隨著跨國企業、產業自由化和國際化，教育訓練逐漸為企業界重視。Raymond(1999)認為，企業為教育訓練的投資與其競爭力的提升有相當的關聯，員工的教育訓練有助於企業解決面臨的挑戰。然企業訓練應切實進行需求評估(needs assessment)，瞭解員工需要哪些知識、技能，在哪些方面還需補強。綜而言之，企業的教育訓練期程無論長短，均應經系統規劃與審慎評估、分析，開設與工作相關的必須技能，才能提升員工特定能力，為組織或企業帶來更多利益。

教學設計是針對教學需求、學習者特性，設定目標進行教學，並評量結果之系統過程，讓學習不那麼困難(李宗薇，1991)。Morrison 等學者認為教學設計是探討教學分析、設計、策略發展、教材、訓練執行與評量之過程，其間每個部分環環相扣，以期達到快速且有效的學習(Morrison, Ross, Kalman & Kemp, 2012)。教學設計應用的場域不僅是正式的學校，無論政府單位或工商企業界等皆可運用。教學設計不僅可提升學校學生的學習成效，亦可提升組織機構的人力資源的素質，教學設計在組織機構的應用，可讓在職員工充實或強化其知識、技能或態度，以達到公司設定之目標。

本研究以從 Morrison 等人之教學設計觀點分析保養品 C 公司(化名)之教育訓練。教學設計觀點，係指教育訓練之規劃，與教材之訊息設計。探討個案 C 公司對新進員工的

訓練。

1.2 研究目的

1. 分析 C 保養品公司新進人員訓練教材之訊息設計。
2. 訪談 C 公司教育訓練相關人員檢視該公司教育訓練實施之情況。

貳、文獻探討

本研究探討之 C 公司，其需求、目標、任務、順序、策略等均已確定，故研究聚焦在教學設計中的教學訊息設計，亦即 Morrison 等模式的設計教學訊息。

2.1 從教學設計探討教材的訊息設計

Morrison 等人將教學訊息過程分為三個部分：

1. 前教學策略

前測(Pretests)是設計和教學直接關連的問題，以了解學習者的先備知識，藉此提高學習者對內容的察覺。其二為行為目標(Behavioral objectives)，用簡明方式讓學習者清楚學習的方向；其三為概覽(Overview)，透過重點提示，讓學生知覺要學習的內容。其四為前導主體(Advance organizer)，此與概覽近似，但抽象度更高，如同概念架構，讓學習者更容易掌握新的教材。

2. 文本的訊息設計結構安排

Chambliss 和 Calfee (1989)指出，好的書面教材有三個要素：文字與編排、文本結構的連貫性、內容與學習者背景要連結才有助於瞭解文本。指示語與明確標記等是很好的文字編排方式，可提醒學習者注意句子、段落或章節內容，如能善用標記能減輕學習者的學習負擔。

3. 教材的圖片與圖表

Anglin、Vaez 和 Cunningham (2004)提

出教材如有圖片或圖表可裨益學習。Levin (1981) 歸納教材使用的圖片有五種功能：裝飾(Decoration)、再現(Representation)、組織(Organization)、解釋(Interpretation)、轉換(Transformation)。

參、研究實施與設計

本研究從教學設計角度探討企業的教育訓練，個案為 C 保養品公司。研究者獲得機構同意，得以閱讀其教育訓練教材及進行訪談。

3.1 研究方法與訪談對象

以內容分析法分析訓練教材，分析的依據為 Morrison 教學設計教材訊息設計原則。另訪談三位 C 公司員工，分別是教育訓練主管(代號甲)、資深員工(乙)，以及新進員工(丙)。訪談以錄音方式紀錄，透過訪談，瞭解 C 公司之教育訓練，及相關人員對教育訓練及教材的看法。

3.2 個案之教育訓練-新進員工訓練

C 公司教育訓練之新進員工教育訓練時間為兩天，通過甄試之新人，公司會先給予約兩百頁之紙本資料，並要求在課程前先熟記商品代號、中文名稱、產品價格等。首日上午第一節先進行紙本資料測驗，須通過測驗方能進行入訓練課程。

3.3 個案使用之教育訓練教材

中文教材係將日本總公司製作之日文教材翻譯而成，並沒有中文的專業人員撰寫。教材為單面印刷，約兩百頁。教材文本由講師及專家撰寫，盡量使用普遍認同的名稱，教材會隨著新產品的推出更新。

肆、結果與討論

根據研究目，將 C 公司訓練教材之訊息設

計分析與訪談結果說明如後。

4.1 教材之訊息設計

4.1.1 前教學策略

在前測方面 C 公司會要求新員工閱讀提供之書面資料，並在訓練第一節及測驗。受訪者皆認同此作法，因前測除可讓參加訓練者有應具有的先備知識，也可提高新員工對學習內容的察覺，很快速進入狀況，有效學習。

在行為目標方面，C 公司教育訓練教材並沒有列出行為目標；新進人員僅能從新人訓練課表得知訓練課程各時段上課內容。

在概覽方面，訓練教材中有序言，可讓新員工快速瀏覽公司成立的理念及公司產品依循的概念，協助學習者理解教材內容與公司理念間的關係。

至於前導主體，並沒有特別的設計，但因產品多，訓練教材在編排上有將相關性高的產品統整並介紹。

4.1.2 文本結構

C 公司訓練教材有許多明確標記及印刷標記，幫助學習者閱讀時，能快速掌握學習重點。如：教材用“步驟 2”描述使用順序，有助於員工掌握程序內容。”氨基酸是構成人體…”使用到定義和舉例提示接下來的句子內容要講述的重點。運用◆及①②等項目符號及清單來標示訊息結構，並用網底強調標題。在標題與副標題使用粗體做排字的變化。運用印刷標記能快速提示學習者重點出現，幫助學習者快速取得訊息。

然教材中排版與字體常有不同、翻譯未經統整，前後不一，可能會造成學習者混淆或無法準確掌握重點，產生閱讀困難。

4.1.3 教材中的圖片與圖表

教材 200 多頁，含大量圖片，且為黑白印

刷。C公司在組織性圖片及解釋性圖片的運用較多。組織性圖片多闡述產品之使用流程，幫助美容專員熟悉產品之使用方式，示範正確的使用順序，幫助顧客理解，進而購買。解釋性圖片的運用，輔以大量數據圖表，更具專業。

由於教材皆為黑白配色，可能會因配色而產生閱讀誤差，這方面或可在專櫃增加電子設備，將正確的圖片投映出來，增加圖片的正確性。

4.2 C公司的教育訓練

研究者深入訪談三位受訪者對新人訓練的看法。

主管(甲)、資深員工(乙)及新進員工(丙)皆肯定教育訓練對新員工的必要性。甲認為教育訓練能幫助新員工更快進入狀況。丙認為新人雖對工作方向大致清楚，但無論技能或公司文化，都須學習，這就要靠公司的教育訓練；如沒有，新人對商品特性、示範等不清楚，對工作會有更長的摸索與適應期。

乙認為，目前新人訓練為兩天，但每個新進員工的背景及先備經驗不同，除非新人以前接觸過美容行業，否則兩天的訓練不夠；對於有經驗者(曾在他處服務)，課程內容宜再加深加廣，不然訓練課的內容太簡單，這方面應再調整。至於訓練課一開始就測驗有必要，但要讀兩百頁的教材，還要考很多記憶的內容，對新人太多了；翻譯文字用語，有些地方不太通順，教材的易讀性要再加強。

結語

許多研究顯示，教育訓練與企業的獲益有直接關連；企業高品質的教育訓練，端賴縝密的規劃與設計，且其間每一個因素環環相扣。而教學設計就是讓教育訓練更有成效、更有效率的關鍵，不僅可應用在學校教育，

對於政府機構、企業等單位也可應用。

本研究以Morrison等學者的教學設計模式，探究C公司的教育訓練的實施與教材的訊息設計。結果顯示，C公司的教材大體符合訊息設計原則，訪談對象也多肯定公司對新人的教育訓練。

但教材仍有進一步改進空間，如文字可再行統整，使文句更符合國人的閱讀習慣，名詞宜前後一致。在圖片方面，因圖片皆為黑白，可能會影響圖片的識別率，及對圖片認知產生錯誤，或可再調整。

教學設計會針對學習者的特性擬定學習目標，及設計學習方案。然本研究探討的C公司對於新人訓練僅一種課程，忽略新人的起始行為不同，先備知識有異，兩天的課程對初入行的新人可能太短，但對有經驗者，又太容易，這方面可再斟酌，以因應學習者的個別差異。

參考文獻

一、中文部分

李宗薇(1991)。《教學媒體與教育工具》。臺北市：師大書苑。

二、英文部分

Anglin, G., Vaez, H., & Cunningham, K.

(2004). Visual representations and learning: The role of static and animated graphics. In D. H. Jonassen (Ed.), Handbook of research on educational communications and technology, (pp.865-916). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum.

Cosgrove, G. & Speed, R. (1995). What's wrong with corporate training? Training 32. 1(Jan 1995): 53.

Chambliss, M. J., & Calfee, R.C. (1989). Designing science textbooks to enhance