

講義名	サービス・マーケティング		
科目区分	学部専門科目		
担当教員	森藤 ちひろ		
開講期・曜日・時限	前期 月曜日 4時限		
	2014年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科 / 2014年度 サービス産業学部 観光学科 / 2014年度 総合政策学部 総合政策学科 / 2014年度 商学部 商学科 / 2013年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科 / 2013年度 サービス産業学部 観光学科 / 2013年度 総合政策学部 総合政策学科 / 2013年度 商学部 商学科 / 2012年度 サービス産業学部 サービスマネジメント学科		
履修開始年次	2年生	単位数	2
		講義コード	14023

主題と概要

我々が日々購入している商品は、食料品などの「物のある財（モノ）」と、娯楽や宿泊、医療や教育といった「形のない財（サービス）」に分けられます。今日では、経済のサービス化が著しく進んでおり、サービスは私たちの生活に欠かすことができない存在になっています。本講義では、サービスに関する体系的な知識を学び、皆さんの周りに存在する様々なサービスのケースを用いて、サービス特有の課題にどのように対処していけばよいのかについて一緒に考えます。

到達目標

サービス・マーケティングの基本的な知識を身につける
サービスの提供の仕組みを事例を挙げて説明することができる

提出課題

講義内レポート及び中間レポートの提出を課します。

評価の基準

講義内の課題20%、中間レポート20%、期末試験もしくは期末レポート60%で評価します。
中間レポートの提出は、単位修得の必須条件とします。
講義内での発言、グループおよび個人での発表など講義への積極的な参加に対し、加点をします。

履修にあたっての注意・助言他

マーケティングの基礎的な科目を履修していることが望ましい。配布資料を中心に映像などを取り入れながら、講義をすすめます。日頃から新聞やニュースで取り上げられるサービスに関する話題に興味を持ち、わからない言葉や知らない業種は調べましょう。受講生の理解度に合わせ、内容や順番を変更することがあります。

教科書

.使用しない。

プリント資料及び参考文献

適宜プリントを配布します。
【参考文献】
クリストファー ラブロック , ヨッハン ウィルツ 『ラブロック&ウィルツのサービス・マーケティング』(ピアソンエデュケーション, 2008)
ヘンリー・チェスブロウ 『オープン・サービス・イノベーション』(阪急コミュニケーションズ, 2012)
近藤隆雄 『サービス・マーケティング(第2版)』(生産性出版, 2010)
近藤隆雄 『サービス・マネジメント入門(第3版)』(生産性出版, 2007)

授業計画

1. サービスとは何か
2. サービス化した社会
3. モノとサービスの違い
4. サービス商品の構成要素
5. サービス品質の考え方
6. サービスエンカウンター管理
7. サービス・プロフィットチェーン
8. インターナル・マーケティング
9. リレーションシップ・マーケティング
10. サービス・プロセスのマネジメント
11. サービス組織のマネジメント
12. サービスデザイン
13. サービス・イノベーション
14. サービス環境のマネジメント
15. まとめ

予習・復習

日頃から新聞やニュースで取り上げられるサービスに関する話題に興味を持ち、わからない言葉は調べて下さい。参考図書や関心のある関連書籍に目を通して下さい。
【予習】次回で取り扱うテーマについて情報収集し、出された課題について実施すること
【復習】配付したプリントと講義内容を参考に、自分の言葉で講義内容を要約すること

備考