

講義名	サービス・マーケティング事例研究		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	森藤 ちひろ		
開講期・曜日・時限	後期 金曜日 2時限		
	2017年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2017年度 人間社会学部 観光学科 / 2017年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2017年度 経済学部 経済情報学科 / 2017年度 経済学部 経済学科 / 2017年度 商学部 マーケティング学科 / 2017年度 商学部 経営学科 / 2016年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2016年度 人間社会学部 観光学科 / 2016年度 人間社会学部 人間社会学科 / 2016年度 経済学部 経済情報学科 / 2016年度 経済学部 経済学科 /		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		講義コード	52075

主題と概要

私たちは、教育、医療、娯楽、通信、輸送などのさまざまなサービスを消費しています。本講義では、サービス・マーケティングの基本的な理論を学んだ後、あるサービスの事例に対して、マーケティング戦略を立案するプロセスを実践的に学びます。グループで調査の設計、集計、分析、考察を行い、それらを基にサービスのマーケティング戦略を策定し、プレゼンテーションを行います。

到達目標

サービス・マーケティングに関する調査の設計と実施、結果の集計ができる。
サービス・マーケティングに関する調査結果を考察し、戦略を立案できる。

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

講義内での課題20%、中間レポート20%、発表20%、期末試験もしくは期末レポート40%で評価します。講義内での課題、レポート、発表、定期試験に全て取り組むことが単位修得の条件です。

履修にあたっての注意・助言他

「サービス・マーケティング」を履修していることが望ましい。グループ及び個人での事例研究になります。必ず出席の上、グループでのディスカッションや発表には積極的に参加してください。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

適宜プリントを配付します。
【参考文献】
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)
山本昭二『サービス・マーケティング入門』(日本経済新聞出版社,2007)

授業計画

1. サービス・マーケティングとは何か
2. サービス・マーケティングの基礎理論(1)
3. サービス・マーケティングの基礎理論(2)
4. グループワーク(1)
5. サービス・マーケティング・リサーチ(1)
6. サービス・マーケティング・リサーチ(2)
7. 調査の設計
8. 調査の集計
9. 調査の分析と考察
10. プレゼンテーション・スキル
11. グループワーク(2)
12. グループワーク(3)
13. グループ発表1
14. グループ発表2
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