

講義名	(対面) 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 月曜日 2時限	授業形態	
	2018年度 人間社会学部 人間健康学科 スポーツ健康コース / 2018年度 人間社会学部 人間健康学科 健康マネジメントコース / 2018年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2018年度 人間社会学部 観光学科 ホテル・ブライダルコース / 2018年度 人間社会学部 観光学科 観光事業コース / 2018年度 人間社会学部 観光学科 /		
履修開始年次	3年生	単位数	2
		備考	

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・マーケティングの理論を実社会に応用する能力を養います。各自が選択したサービス産業の現状と課題について調査研究を行い、その解決策について考察し提案します。自身の調査研究をプレゼンテーションと文書で発信することを行います。対面式授業を前提として、毎回各自で進めてきた内容を発表し、教員はそれに対し指導を行います。積み上げ式の授業のため、必ず出席してください。マーケティング戦略の立案のプロセスでは、調査の設計、集計、分析、考察を行います。

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

中間プレゼンテーション、最終プレゼンテーション、講義内レポート及び中間レポートの提出を課します。

課題(レポートや小テスト等)に対するフィードバック

レポートに対するフィードバックを講義内で実施します。

評価の基準

講義内での課題20%、中間レポート20%、発表20%、期末レポート試験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。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】
ジェームス・カールバック『マッピング・エクスペリエンス』(オーム社, 2018)
加藤希尊『はじめてのカスタマージャーニーマップワークショップ』(翔泳社, 2018)
J・マルコス・クラール『サービス・デザイン入門』(ビー・エヌ・エヌ新社, 2015)
ベン・リーゼン、ラヴランス・ロヴリー、メルヴィン・ブランド・フルー『ビジネスで生かすサービスデザイン』(ビー・エヌ・エヌ新社, 2016)

- 授業計画**
1. イントロダクション
 2. サービス・マーケティングの基礎
 3. サービス・マーケティングの応用
 4. 研究テーマ設定
 5. 産業の分析
 6. マーケティングリサーチ
 7. 調査の設計(1)
 8. 調査の設計(2)
 9. 調査の集計
 10. 調査の分析と考察
 11. 戦略の立案(1)
 12. 戦略の立案(2)
 13. プレゼンテーション・スキル
 14. 研究発表
 15. まとめ

授業形態(アクティブ・ラーニング)

ア: PBL(課題解決型学習)
イ: 反転授業(知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態)
ウ: ディスカッション、ディベート
エ: グループワーク
オ: プレゼンテーション
カ: 実習、フィールドワーク

準備学修(予習・復習等)の具体的な内容及びそれに必要な時間

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
各回の予習・復習に4時間の学修時間を確保して、主体的に授業に取り組んでください。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

少人数授業のため、講義内で個別に指導を行っています。
原則、対面授業で行います。個別指導のため、対面授業のオンデマンドでの公開は致しかねます。

実務経験の有無及び活用

備考