講義名	サービス・マーケティング				
科目区分	学科専門　展開				
担当教員	森藤　ちひろ				
開講期・曜日・時限	前期 火曜日 ３時限			授業形態	
	2018年度 経済学部 経済情報学科 情報システムコース／2018年度 経済学部 経済情報学科 経済情報コース／2018年度 経済学部 経済情報学科／ 2018年度 経済学部 経済学科 地域まちづくりコース／2018年度 経済学部 経済学科 現代経済コース／2018年度 経済学部 経済学科／				
履修開始年次	２年生	単位数	2	備考	

主題と概要

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、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。サービス・マーケティングの発展過程から、デジタル化する社会への対応まで幅広く学びます。

到達目標

①サービス・マーケティングの基本的な知識を身につける
②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

講義内課題、中間レポート課題、期末レポート課題を課します。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

講義内で教員からフィードバックを行う。

評価の基準

講義内での課題２０％、中間レポート課題２０％、期末レポート課題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。

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

授業の2日前にRyuka Portal に講義資料を提示します。
【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）
南知惠子，西岡健一『サービス・イノベーション』（有斐閣，2014）
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.　サービスとは何か
2.　サービス化する社会
3.　サービス品質
4.　顧客の期待と満足
5.　サービスエンカウンター
6.　インターナル・マーケティング
7.　リレーションシップ・マーケティング
8.　サービス・オペレーション
9.　サービス環境
10.　サービス・ドミナント・ロジック
11.　サービス・デザイン
12.　サービス・イノベーション
13.　ケーススタディ（1）
14.　ケーススタディ（2）
15.　まとめ
状況によって、順番および内容を変更することがあります。

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】配布資料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時間の学修を確保し、授業では主体的に学んでください。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

授業は、遠隔授業（「課題学修型」および「同時双方向型」）で実施します。教材は、PDF等でRyuka Portalにアップロードします。Ryuka Portal上の講義連絡・レポート課題を各自で確認し、課題は所定の方法で期日を守って提出してください。
遠隔授業では、Skype for Business、Respon、Outlook、Teamsのアプリを使用します。インターネットにつながるスマートフォン、PC、タブレット等を準備し、事前にアプリを使用できる状態にして授業に参加して下さい。音声が聞き取りやすいように、できるだけ静かな場所でイヤホンなどを活用して受講して下さい。

実務経験の有無及び活用

備考

1回目のオンライン講義で授業の進め方の説明をします。