【参考：開講時予定内容】

講義名	サービス・マーケティング特論				
科目区分	特論科目				
担当教員	柏木　千春				
開講期・曜日・時限	後期 火曜日 ４時限			授業形態	
	2018年度　修士課程　修士課程　研究生／2018年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース）／2017年度　修士課程　修士課程　研究生／2017年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース）／2016年度　修士課程　修士課程　研究生／2016年度 大学院（修士課程） 修士課程（修士論文作成コース）／				
履修開始年次	１年生	単位数	0	備考	

主題と概要

本講義では、前半にサービス・マーケティングの諸理論と概念を紹介します。その上で、後半は、各受講者による個人研究発表と議論の時間とします。具体的には、関心のある営利企業・団体もしくは非営利団体等のサービス事例を取り上げ、理論でどのようなことが説明できるのか（あるいは説明できないのか）について、研究発表（一人20分程度）をしてもらいます。

到達目標

本講義では、理論と概念を知ることと共に、以下の力の習得を目指します。

（1）「理論・概念」と「実際」を結びつける力
（2）事象を観察する力
（3）考え抜く力
（4）自分の考えを伝える力
（5）他の人の発表を聞き、質問する力

提出課題

１．事例研究（15分程度のパワーポイントによる発表）
２．１の発表の際に、他の学生による質疑、助言によって得られた気づきから、さらに考察を深め、研究レポートとして提出する。研究レポートは、5000字から1万字程度とする。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック

講義時間内に講評・解説等を行う。

評価の基準

出席状況15%、事例研究35%、討議の際の発言内容と積極性10%、　レポート40%

履修にあたっての注意・助言他

１．自身の事例研究発表日の欠席は、原則認めない。（万が一、やむを得ない事由で欠席する場合は、他の受講生と発表日を変更調整した上で、事前に講義担当教員に報告すること。）

２．「事例研究発表」と「レポート提出」の二つがそろって始めて単位取得評価を行う。

３．留学生は、レポート提出前に日本語のチェックを第三者に受けた上で提出してほしい。

教科書

.使用しない.

プリント資料及び参考文献

クリストファー・ラブロック/ローレン・ライト著,小宮路雅博（監訳）、高畑泰、藤井大拙訳『サービス・マーケティング原理』,白桃書房,2002

フィスク/グローブ/ジョン著,小川孔輔・戸谷圭子監訳『サービス・マーケティング入門』,法政大学出版局
2005

授業計画

1.サービスの理解（前半）
2.サービスの理解（後半）
3.顧客経験マネジメントの枠組み
4.サービスマーケティングの戦略（価格設定）
5.サービスマーケティングの戦略（サービス商品のデザイン）
6.サービスマーケティングの戦略（プロモーション）
7.サービスマーケティングの戦略（人的資源管理）
8.サービスマーケティングの戦略（品質管理）
9.事例研究発表（定性的研究手法の確認）
10.事例研究　（15分発表×4人と質疑）
11.事例研究　（15分発表×4人と質疑）
12.事例研究　（15分発表×4人と質疑）
13.事例研究　（15分発表×4人と質疑）
14.事例研究　（15分発表×4人と質疑）
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

1回の講義当たりの事前・事後の自己学習には、最低4時間必要となる課題を提示する。

理論・概念は、講義前半の受講だけで理解できると思えない。本講義では、経済的な理由を配慮して、教科書指定はしない。ぜひ、図書館を活用して自習をしてほしい。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

実務経験の有無及び活用

旅行会社での勤務経験あり。サービス業に求められるマーケティングとマネジメントについてより実践的な視点から解説を加えることができる。

備考