

講義名	サービス・マーケティング			授業形態	
担当教員	三浦 玉緒	開講期・曜日・時限	前期 月曜日 4 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生

主題と概要

日本だけでなく、世界の産業は、製造業からサービス業、情報産業に移行してきており、モノとサービスの垣根もだんだんなくなってきました。サービス・マーケティングでは、モノとサービスの違いや、サービスの特徴を理解した上で、マーケティングを実践する様々な方法が提案されています。サービス・マーケティングの基本的な知識を習得し、サービスに関わる事例を用いて課題と対応について理解を深めます。

到達目標

サービス・マーケティングの基礎的な知識を身につける
サービスに関わる事例の課題と対策について、様々な枠組みを用いて説明することができる

提出課題

ほぼ毎回、授業の最後に小テストを実施します。
小テストの内容は、その回の講義内容を理解できているか確認する選択式とし、「キャンパス クロス」のテスト機能、あるいはResponを用いるため、受講生は、各自、スマホ等の機器が必要になります。

課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法

毎回の小テストの正答や解説、自受講者の点数は開示しません。
別途、課題を提示する場合は、授業内でフィードバックします。

評価の基準

講義時間中に小テストを実施します。
配点等は、授業で説明します。
3分の1以上欠席した場合は、小テスト、課題の提出は受理されません。

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。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わるビジネスに興味を持ち、わからない言葉は調べ、授業の内容に関連付けて理解することを心がけてください。
状況次第で、授業の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。				
---------	--	--	--	--

参考図書

.サービス・マーケティング入門。	山本昭二	日経文庫		9784532111342
.ラブロック&ウィルツのサービス・マーケティング。	ラブロック、クリストファー/ウィルツ、ヨッハン	桐原書店		9784894712973

その他

授業計画

- サービス・マーケティングとは何か
- モノとサービスの相違
- サービス設置
- サービス商品のプロモーション
- サービス・エンカウンター
- サービスの消費行動
- サービス・リカバリー
- サービス・トライアングル
- リレーションシップ・マーケティング
- ケーススタディ（パッケージツアーのマーケティング）
- ケーススタディ（理髪店のマーケティング）
- サービス・ドミナント・ロジック
- サービス・ロジック
- 製造業のサービス化
- まとめ（発表会、あるいは、課題に置き換える場合があります）
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）

<input type="radio"/> 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）
<input type="radio"/> ウ：ディスカッション、ディベート	エ：グループワーク
<input type="radio"/> オ：プレゼンテーション	カ：実習、フィールドワーク
<input type="radio"/> キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

講義資料は、各自でダウンロードし、次回のテーマについて予習してください。
毎回復習し、毎回のテーマ間の関連について理解するようにしてください。
毎回の予習・復習に4時間の学習を確保してください。

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

将来、自身が関わるかもしれないサービス・マーケティング戦略について、主体的に考え、参加し、協議できるように、サービスビジネスの現象を捉えるだけでなく、課題と対策について論理的に説明するための知識を身につけることを目指した授業内容です。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

講義資料は、PDFファイルでキャンパスクロスにアップロードします。
講義資料は、各自で確認し、別途、課題がある場合は所定の方法で期日を守って提出してください。
毎回の小テスト、あるいは、課題の提出は、キャンパスクロス、もしくは、Responを使用します。

実務経験の有無及び活用

製造業において、B2Bビジネスに関わる実務経験があります。企業における実務の実感をつまみつつ、授業を進めます。

備考

状況によりシラバス修正の可能性がります。