

2022年度 授業シラバスの詳細内容

○基本情報			
科目名	サービスマーケティング論 (Service Marketing)		
ナンバリングコード	E20307	大分類 / 難易度 科目分野	経営経済学科 専門科目 / 標準レベル マーケティング・流通
単位数	2	配当学年 / 開講期	2 年 / 後期
必修・選択区分	選択:経営経済学部 コース選択必修:情報メディア学科 情報コミュコース ※入学年度及び所属学科コースで異なる場合がありますので、学生便覧で必ず確認してください。		
授業コード	E041251	クラス名	-
担当教員名	担当者未定		
履修上の注意、 履修条件	考える力をしっかりと養うとともに、専門知識の習得をするつもりで授業に出席してください。目と耳の集中力を高め、情報を整理しながら受講してください。考えると考え抜くは違うことを理解・実践する		
教科書	なし		
参考文献及び指定図書	コトラー サービスマーケティング		
関連科目	ビジネス実務総論、流通経営論、マーケティング関連科目、起業学		

○基本情報		
授業の目的	サービスマーケティングとは何か？という問いに対して、具体的な企業のケースを使いながら答えを見つけていく授業である。いかにすれば顧客満足及び従業員満足が得られるのかを紐解いていく。顧客満足経営と従業員満足と相反するように使われているが本当はどうなのかの答えを見つけていくことが授業の目的である。	
授業の概要	サービスの全体像はもちろん、東京ディズニーランド、リッツカールトンホテル、サウスウエスト航空の事例を交えて講義を進めていきます。講義は、一方的な講義にならないようにできる限り質問を交えながら授業を進め、学生諸君が自ら考える内容にしていきます。	
授業の運営方法	(1) 授業の形式	「講義形式」
	(2) 複数担当の場合の方式	「該当しない」
	(3) アクティブ・ラーニング	「ディスカッション、ディベート」
地域志向科目	該当しない	
実務経験のある教員による授業科目	本授業に関する実務経験として、百貨店の営業推進部長(営業計画、販促、装飾、カード事業)、取締役営業副本部長に従事。ディベロッパー商業施設総支配人として施設の総責任者。	

○成績評価の指標		○成績評価基準(合計100点)		
到達目標の観点	到達目標	テスト (期末試験・中間確	提出物 (レポート・作品等)	無形成果 (発表・その他)
【関心・意欲・態度】	サービスについて関心を高める。	10点	10点	5点
【知識・理解】	サービスマーケティング全般の基本知識を習得し、理解を深める。また日々変化するサービス産業への知識を深める。	10点	10点	5点
【技能・表現・コミュニケーション】	授業で得た識見を文字で表現することを学ぶ。さらに他の学生のレポート内容を知ること識見の幅を広める。	10点		5点
【思考・判断・創造】	全15回の授業でサービスマーケティング、ホスピタリティへの情報を蓄積し、現在起こっている諸問題について思考・判断ができるようになること。自分自身の考えを創造することができるレベルを目指す。	20点	10点	5点

○成績評価の補足(具体的な評価方法および期末試験・レポート等の学習成果・課題のフィードバック方法)
ミニテストやレポートと最後の総合テストの総合評価による。また、授業への参加 発言点を重視する。フィードバックの方法は、次回以降の授業中に講評・解説を行う。

○その他

2022年度 授業シラバスの詳細内容

○授業計画		科目名 担当教員	サービスマーケティング論（Service Marketing） 担当者未定	授業コード	E041251
学修内容					
1. オリエンテーション					
講義の目的と概要説明 大学で学ぶことの意義。またサービスとは何か、サービスは何の役に立つのかについて考えます。世の中に変化をつかんで業績を上げる企業の事例を紹介します。					
予習	サービスとは何か。文献やネットで情報収集				約2時間
復習	振り返り サービスとは何かをまとめる。				約2時間
2. サービス・マーケティングとは					
サービス社会の到来。ベティ・クラークの法則。サービス社会とは、どんな社会なのか。また、日本のサービス産業のシェアは何%くらいなのか。、4Pとは何か、サービス7Pとは何か。などサービス・マーケティングの基礎を学ぶ。					
予習	サービスマーケティングについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	振り返り サービスマーケティングとは何かをまとめる。4P、7Pについてまとめる。				約2時間
3. 東京ディズニーランドのサービス					
ディズニーランドの理念は、行動基準は何か、ディズニーランドが大切にしているものは何か。お客様をゲスト、従業員をキャストと呼ぶのかなぜか。を理解する。ホスピタリティとは何か。ホスピタリティのコアとは何か。					
予習	ディズニーランド、ホスピタリティとは何かを文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	振り返り ホスピタリティについてまとめる				約2時間
4. 従業員満足経営と顧客満足経営					
ディズニーランドのリピート率は98%と高く、なぜ人は何度もディズニーランドに行きたくなるのか。また、キャストは顧客満足を果たすために顧客の期待に応える、顧客の期待を超える。従業員満足経営を行うためにディズニーランドは何を行うのか。					
予習	従業員満足経営と顧客満足経営の違いを文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	従業員満足経営と顧客満足経営をまとめる				約2時間
5. ディズニーランドも尊敬する企業とは					
顧客密着経営を重視する企業の事例、伊那食品工業、サウスウェスト航空、ヴァージンアメリカ、スターバックス、電化の山口、JR東日本を事例にいかによりサービスの差別化を進めているのか。サービスの差別化戦略について学ぶ。					
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	顧客密着経営についてまとめる				約2時間
6. サービス経営のマネジメント					
モノとサービスの違い、サービスの取引の特性と課題、サービス創造のマネジメントを事例から学ぶ。渡辺ウェディング、ザリッツカールトンホテル、QBハウス、京都花街、日本ハムファイターズから学ぶ。					
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	サービス・マネジメントとは、そのプロセスとはをまとめる				約2時間
7. ホスピタリティ企業					
ホスピタリティとサービスの違いとは、ホスピタリティを重視する企業の特徴とは、日本流のおもてなしとは、顧客満足9年連続日本一の加賀屋とは、加賀屋はなぜ9年連続で日本一の評価を受けるのか、加賀屋の差別化戦略とは、					
予習	加賀屋について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	おもてなしについてまとめる				約2時間
8. 差別化戦略					
「業務の卓越性」「商品の優位性」「顧客との親密性」の差別化戦略について学ぶ。小売業・サービス業にとって最も大切である「顧客との親密性」に具体的に学ぶ。サービスプロフィットチェーンとは何か。					
予習	サービスプロフィットチェーンについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	差別化戦略及び「顧客との親密性」についてまとめる				約2時間

○授業計画		科 目 名	サービスマーケティング論（Service Marketing）	授業コード	E041251
		担当教員	担当者未定		
学修内容					
9. エクスターナルマーケティングとインターナルマーケティング					
エクスターナルマーケティングとインターナルマーケティングはいかに違うのか。21世紀の顧客の特徴は。マクドナルド、P&G、インテルにおける統合品質的管理について学ぶ。卓越したサービスとは何かを学ぶ。					
予習	上記の企業について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	エクスターナルマーケティングとインターナルマーケティングをまとめる				約2時間
10. マニュアルとは					
マニュアルの定義、マニュアルの基準、マニュアルの作成、マニュアルの改訂、マニュアルを破るとは。ハッピーサイクルについて学ぶ。					
予習	マニュアルについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	マニュアルとは、マニュアルの作成・改訂についてまとめる				約2時間
11. サービス商品の開発1					
サービス商品の特徴とはサービスの分類と構成要素について学ぶ。					
予習	サービス商品とは文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	サービス商品の特徴、サービス分類と構成要素についてまとめる				約2時間
12. サービス商品の開発2					
サービス商品のデザイン、商品開発に必要な調査とは、サービス商品開発のプロセスとは。ニーズとウォンツについて学ぶ。					
予習	サービス商品の開発について文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	ニーズ・ウォンツ、サービス開発のプロセスについてまとめる				約2時間
13. サービスの品質					
サービス・システムの運営と革新。サービス業は今後、どのようにイノベーションを起こせばいいのか。その課題と方向性。外部環境の変化と内部環境の変化にいかに対応させるのかについて学ぶ。					
予習	SOLについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	サービスの品質についてまとめる				約2時間
14. サービスマーケティング・ミックス					
4P、7P、粗利益ミックス、貢献分析、ABC分析を使いながら高効率型の商品・サービス政策を学びます。					
予習	4P、7Pについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	サービス・マーケティング・ミックスについてまとめる				約2時間
15.					
サービスマーケティングとは、サービスマーケティングミックスとは、7Pとは、サービスプロフィットチェーンとは、サービスの分類と構成要素についてまとめ的に学ぶ。					
予習	4P、7Pについて文献及びネットで情報収集				約2時間
復習	サービス・マーケティング授業全体を振り返る				約2時間
16. 期末試験					
試験時間は60分					
予習	サービス・マーケティングの基本のまとめ				約2時間
復習	サービス・マーケティングの基本の習得				約2時間