

産業能率大学 経営学部

サービス・マーケティング	履修年次	2	
	単位	2	
高畑 泰	配当期	後	
	授業方法	講義/対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>現在の日本では、サービス産業(第三次産業)がGDPの7割を占め、また就業者の約7割がサービス産業に従事している。既に日本の経済においてサービスは大きな影響力を持ち、また今後、新しいサービス商品の開発やサービス事業が拡大成長することが期待されている。</p> <p>そこで、本講義ではサービスの提供を中心とする商品のマーケティングを取り扱う。ここでいうサービスとは、「対価を伴う直接の取引対象としてのサービス」のことである。また「サービス」の特性とマネジメントの基礎について取り扱う。サービスは物財と比較した場合、「無形性」「変動性」「消滅性」「同時性」という4つの基本特性がある。これらを理解することが、サービス理解のためには必須であるため、これらの基本について重点的に解説する。</p> <p>授業外学習の指示・提出は manaba で行う。また、講義内容については進捗状況などにより変更になる場合がある。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・サービスに関する基本知識や専門用語を理解し、説明することができる。 ・サービス・マーケティングの基本について理解し、説明することができる。 ・関心のあるサービス組織や提供されるサービスについて、理論的に考察することができる。 			
成績評価の方法			
定期試験、課題提出、授業出席、授業外学習により、知識の獲得、理解の程度、思考・判断能力について総合的な評価を行う。			
週	授業項目	週	授業項目
1	オリエンテーション	8	サービス品質と SERVQUAL
2	サービスとは	9	ケース・スタディ2
3	サービスの基本特性とマネジメント課題1	10	顧客満足とサービス・プロフィット・チェーン
4	サービスの基本特性とマネジメント課題2	11	サービスの価格
5	ケース・スタディ1	12	サービス・コスト
6	サービス・システム	13	ケース・スタディ3
7	サービス・スクリプトとブルー・プリント	14	サービスの需給問題