

科目コード／科目名 (Course Code / Course Title)	抽選登録／サービス・マーケティング (Service Marketing)		
テーマ／サブタイトル等 (Theme / Subtitle)	サービス・マーケティングの基礎知識を理解する		
担当者名 (Instructor)	鶴見 裕之(TSURUMI HIROYUKI)		
学期 (Semester)	秋学期(Fall Semester)	単位 (Credit)	2単位(2 Credits)
科目ナンバリング (Course Number)	BUS2100	言語 (Language)	日本語 (Japanese)
備考 (Notes)			

#### 授業の目標 (Course Objectives)

受講者がサービス・マーケティングの基礎知識を理解し、サービス・マーケティングの様々な事例について分析出来るようになることを目標に講義を実施します。

The aim of this course is for students to understand the basics of services marketing, and learn to analyze diverse cases of services marketing.

#### 授業の内容 (Course Contents)

日本の(広義)サービス産業の国内総生産シェアは7割を超えています。サービス産業の生産性向上は国内経済の成長の鍵を握っているテーマです。この観点から今後、サービス・マーケティングはより重要性を増してゆくと考えられます。本講義では授業と受講者間のディスカッションを通じて、受講者がサービス・マーケティングの基礎知識を理解し、サービス・マーケティングの様々な事例について分析出来るようになることを目指します。

The service industry (in the broad sense of the term) in Japan accounts for over 70 percent of the country's gross domestic product. Improvements in the productivity of the service industry are the key to domestic economic growth. From this point of view, the importance of services marketing will likely continue to increase in the future. The aim of this course is for students to understand the basics of services marketing, and learn to analyze diverse cases of services marketing through class and student-student discussions.

#### 授業計画 (Course Schedule)

1. ガイダンス
2. サービスの基礎知識
3. サービスの基礎知識
4. マーケティングの基礎知識
5. マーケティングの基礎知識
6. サービス・マーケティングとは
7. サービス・マーケティングとは
8. 外部環境マーケティングとは
9. 外部環境マーケティングとは
10. 内部環境マーケティングとは
11. 内部環境マーケティングとは
12. インタラクティブ・マーケティングとは
13. インタラクティブ・マーケティングとは
14. 事例分析

#### 授業時間外(予習・復習等)の学習 (Study Required Outside of Class)

1. 日頃から経営、経済に関するニュースに目を通しておいて下さい。
2. ほぼ毎週「授業外課題」を課します。

#### 成績評価方法・基準 (Evaluation)

筆記試験(Written Exam)(60%) / 複数回の課題(40%)

#### テキスト (Textbooks)

なし

#### 参考文献 (Readings)

1. 中沢康彦/日経トットプリーダー、2010、『星野リゾートの教科書 サービスと利益 両立の法則』、日経 BP 社 (ISBN:978-4-8222-6411-6)

その他(HP等)(Others(e.g.HP))

第1回講義の際に第1回レポート課題を告知する(提出期限は2週間なので第1回講義欠席者はBlackboardなどを必ず確認すること)。

原則として全授業回対面実施予定。

注意事項(Notice)