

サービス・マネジメントⅡ

科目ナンバリング MAN-229
選択必修 2単位

小沢 健市

1. 授業の概要(ねらい)

この講義では、前期に説明したサービスの種々の性質とサービスが持つ問題点の理解に基づき、日本のサービス経済化とサービス産業の生産性向上のためには何が必要かを講義する。さらに、日本経済の一層の成長にとってはサービス産業の一層の生産性向上が不可欠であるが、サービスの生産性の向上はどうすれば可能かについて、最近の研究成果を紹介しながら平易に解説する。

以上の理解に基づき、受講生にサービス人材育成に関する課題や問題に対してどう対処すればよいかを学ばせることがこの講義のねらいである。生産性の高いサービス人材を育成するには、何が必要とされるのか、そしてそれを充足するためにはどのような教育や制度の改革が必要なのかを平易に説明したい。

2. 授業の到達目標

日本経済の一層の成長には、サービスの生産性の向上が不可欠であるとの主張がなされているが、サービスの生産性はどう測れるのか、そしてどうすればサービスの生産性を高める人材育成が可能なのかを受講生に理解させ、受講生自身が実践に結び付けられるようにすることが講義の到達目標である。

3. 成績評価の方法および基準

成績の評価は、期中に実施する小テストと期末試験の2点によって行うが、前者のウエイトは40パーセント、後者のウエイトは60パーセントである。ただし、15回の講義回数の三分の一以上を欠席した受講生の評価はしない。

4. 教科書・参考文献

教科書

山本昭二 著 サービス・マーケティング入門 日本経済新聞出版社

参考文献

森川 正之 著 『サービス立国論 2016 日本経済新聞出版社

5. 準備学修の内容

毎回の講義の予習・復習のために1時間程度が必要である。

6. その他履修上の注意事項

受講生にとって聞きなれない言葉や専門用語が数多く使われると思うが、それらの言葉や用語は、講義時に詳細に説明することはもちろんであるが、各自自らがテキストや参考書、そしてネット等を利用し、正確に理解しておくことが必要である。

7. 授業内容

- 【第1回】 講義のオリエンテーションおよびサービスの性質に関する復習
- 【第2回】 サービスの評価は事後的である
- 【第3回】 サービスの品質は顧客が決める
- 【第4回】 サービスの評価は事前期待と事後満足の差で行われる
- 【第5回】 サービスをどう販売するか：サービス・プロモーション
- 【第6回】 サービスの品質を顧客にどう伝えるか
- 【第7回】 これまでの講義のまとめと小テストの実施
- 【第8回】 サービス・エンカウンターとは何か
- 【第9回】 顧客とサービス提供者との関係をマネジメントする
- 【第10回】 優れたサービス提供のためには何が必要か：インターナショナル・マーケティング
- 【第11回】 サービス提供におけるマーケティング・ミックスとは
- 【第12回】 サービス提供人材の育成はどうすればよいか
- 【第13回】 優れたサービスの提供には顧客が重要な関わりを持っている
- 【第14回】 サービス顧客維持戦略としてのリレーションシップ・マーケティングの役割とは
- 【第15回】 講義のまとめと期末試験の準備