

1. 授業の概要(ねらい)

本講義は、サービス固有の性質、すなわち、在庫(ストック)の不可能性という固有の性質から派生する二次的な性質を平易に説明し、それらの性質がサービス理解の難しさとなっていることを受講生に理解させることである。

受講生は、この講義を通じて、サービスの持つ種々の性質を正しく理解することによって、サービスに関して種々の課題や問題に対する対処のしかたや解決策を見出すことが可能になるからである。本講義の「ねらい」は、サービスの性質の正確な理解を受講生に提供し、それに基づき現在日本の重要課題であるサービス産業の生産性向上に関する受講生の問題発見能力と解決能力を高めることである。

2. 授業の到達目標

サービス固有の性質とその派生的性質を受講生に正確に理解させることを通じて、受講生のサービスにまつわる種々の問題の発見能力と問題解決能力を高め、それによって受講生はサービス産業の生産性向上という重大問題にチャレンジすることができるようになることがこの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、1) 期中に3回実施する「小テスト」、2) 期中の中間テスト、そして3) 期末試験の3点によって行うが、そのウェイトは、1)と2)が30%、そして3)が40%である。ただし、この講義は15回実施されるが、その三分の一以上の欠席をした受講生の評価の対象としない。

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

井原哲夫 著 『サービス・エコノミー』 東洋経済新報社

5. 準備学修の内容

この講義を理解するためには、受講生は、各界の講義で重要な概念や理論的理解を完璧にするために、講義の最後に提示する概念や理論、そして考え方に対する要点を600字程度にまとめ、それをレポートとして次週の講義時に提出することが必要である。

6. その他履修上の注意事項

受講生には、これまでに見聞きしたことがないような言葉や専門用語に遭遇すると思うが、それらについて、受講生は自らテキストや参考書、そして講義でハイブドプリント、インターネット等を手掛かりにノートにまとめておき、常に活用できるようにしておくことが必要である。

7. 授業内容

- 【第1回】 受講に際してのオリエンテーションと受講上の注意事項の説明
- 【第2回】 日本のサービス産業の過去と現在を統計によってみる
- 【第3回】 サービスの固有の性質とは何か: この固有の性質がサービスの種々の派生的性質を生じさせる
- 【第4回】 サービスは輸送ができない: サービスの取引には価格と質以外に場所と時間という2つの要件が必要である
- 【第5回】 サービスの価格はモノのそれと比較して上昇率が高くなる傾向が強い: 本当か
- 【第6回】 なぜサービスの生産と消費は同時に行われるのか
- 【第7回】 サービス・マーケティングとは何か。(中間テストの準備)
- 【第8回】 中間テストの実施
- 【第9回】 製造業はサービスを必要としないのか
- 【第10回】 サービス提供の背後にはモノが付随している
- 【第11回】 サービス提供主体と顧客とのかかわり方は
- 【第12回】 サービスの品質とは
- 【第13回】 サービスの品質はどう測るか
- 【第14回】 サービスの品質は変化する
- 【第15回】 講義のまとめと期末試験の準備