

サービス・マネジメント I

科目ナンバリング MAN-228
選択 2単位

麻生 憲一

1. 授業の概要(ねらい)

本講義は、「サービスの固有の特性」を経営学ならびに経済学の視点から捉え、「サービス・マネジメント」の基礎的な定義や概念を把握する。そして、サービス産業の経営構造や組織、戦略などを理論的および実証的に理解する。

2. 授業の到達目標

サービス・マネジメントの基礎的な枠組みを体系的に把握し、サービスとは何か、サービスとモノとの相違点と類似点はどこにあるのか、サービス品質の評価の手法とは何か、について受講生自らが考え、理解できるようになることが本講義の到達目標である。

3. 成績評価の方法および基準

中間テスト(20%)
リアクションペーパー・受講態度(20%)
期末テスト(60%)

4. 教科書・参考文献

参考文献

羽田昇史・中西泰夫 サービス経済と産業組織 同文館出版
岸川善光編 サービス・ビジネス特論 学文社
山本昭二 サービス・マーケティング入門 日本経済新聞社
田中滋監修 サービス産業の発想と戦略―モノからサービス経済へ― ランダムハウス講談社

5. 準備学修の内容

前回の講義内容を資料に基づき事前に確認しておくこと。授業ではリアクションペーパーを通じてミニテストを行うことがある。

6. その他履修上の注意事項

図表などを板書する場合があるので、定規等を用意しておくこと。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンテーション(講義概要の説明)
- 【第2回】 サービスの語源と定義
- 【第3回】 サービスの特性と分類
- 【第4回】 サービスの経済化
- 【第5回】 サービス産業の構造
- 【第6回】 サービス産業の経営と生産性
- 【第7回】 サービス・ビジネス①
(品質・資源・プロダクト)
- 【第8回】 サービス・ビジネス②
(組織・戦略・情報化)
- 【第9回】 中間まとめと中間テスト
- 【第10回】 サービスとブランド価値
- 【第11回】 サービス・マーケティング①
(ホスピタリティ)
- 【第12回】 サービス・マーケティング②
(経営戦略・広告・プロモーション)
- 【第13回】 サービス・イノベーション①
(概念・生産性・価値創出)
- 【第14回】 サービス・イノベーション②
(プロセス・知識資産)
- 【第15回】 総括