

科目名	サービスマネジメント2			ナンバリング	BUS252	授業形態	講義
対象学年	3 年	開講時期	前期後半	科目分類	選択	単位数	2 単位
代表教員	金世煥	担当教員	裴鍾民				

授業の概要	本講義は、サービスマネジメント戦略を企画する際に必要となるサービスマネジメント手法を理解することを目的とする。本講義の概要は、新サービス商品の開発やサービス商品の価格管理と品質管理、そして統合的なサービス促進管理としての広告戦略に至るまでの過程について講義する。						
到達目標	1.サービス企業の実態や現状を理解することができる。 2.サービス商品の開発から提供に至るまでのプロセスの重要性を理解できる。 3.サービス商品の管理方法の分析視点を理解することができる。						
学習のアドバイス (勉強方法、履修に必要な予備知識など)	各授業のテーマに関わる関連資料やキーワードなどをインターネットや新聞などの媒体を活用し事前に調べたうえで、各授業の内容を正確に理解するようにする。また、グループディスカッションや質問などを通じて、各授業に積極的に参加し、学習成果を高めるようにする。						
ディプロマポリシーとの 関連	【教養学部 地域教養学科のディプロマポリシー】						
	○	1. 専攻分野それぞれの基礎的な知識を確実に身につけ、それらを活用して基本的な問題を解決することができる。					
	○	2. 専攻分野それぞれの基本的スキルを、地域社会に貢献するために活用することができる。					
	○	3. 自分の意見や考えを説明し、他者と協調して積極的にコミュニケーションをとることができる。					
		4. 広い視野と論理的・批判的思考力を身につけ、困難な課題や予測不能な事態に直面しても適切に対処することができる。					
		5. 社会の一員としての自覚を持ち、社会生活の場において、地域を支える社会人・職業人としてふさわし関心・意欲・態度を示すことができる。					

標準的な到達レベル(合格ライン)の目安	理想的な到達レベルの目安
①サービスマーケティングの概念とその役割が説明できる。 ②サービスマーケティングの概念と内容を、それに関連する事例を挙げながら説明できる。 ③サービスマーケティング関連企画書及び提案書を作成することができる。	サービスマーケティングの概念と内容を正確に理解し、それに関連する事例を挙げながら説得力あるサービス・マーケティング戦略の企画書及び提案書を作成することができる。

成績評価観点 評価方法	知識・理解	思考・判断	関心・意欲	態度	技能・表現	その他	評価割合
定期試験(中間・期末試験)							
小テスト・授業内レポート	○	○					75%
宿題・授業外レポート							
授業態度・授業への参加			○	○			10%
プレゼンテーション	○	○			○		15%

課題、評価のフィードバック	講義の最後に、講義内容に関する振り返り小テストを実施し(manab@を使用)、次授業の冒頭で解説する。
---------------	---

	回次	テーマ	授業内容	備考
授業計画	第1回	イントロダクション（金）	授業の目的や到達目標、授業内容について解説する。	
	第2回	サービスブランドの特徴（金）	「サービスブランド」の概念や特徴について解説する。	
	第3回	サービスの商品管理（金）	「サービスの商品管理」について解説する。	
	第4回	サービス保証の類型と特徴（褒）	「サービス保証の類型・特徴」について解説する。	
	第5回	サービス価格の概念と重要性（褒）	「サービス価格の概念」と「サービス価格の重要性」について解説する。	
	第6回	サービスの価格決定方法（金）	「サービス価格の決定方法」と「サービス品質指標」としての価格について概説する。	
	第7回	サービスの価格決定戦略（金）	「サービス価格の決定戦略」について解説する。	
	第8回	サービス戦略としての人的販売と人的管理（褒）	サービス戦略としての「人的販売」と「人的管理」について解説する。	
	第9回	サービス促進管理としての広告戦略（褒）	統合的なマーケティングコミュニケーションとしての「広告の概念」と「広告の特徴」について解説する。	
	第10回	サービス戦略の失敗と信頼回復（褒）	サービス戦略に失敗した企業らの回復のための努力について概説する。	
	第11回	新サービスの開発方法と段階（褒）	「新サービスの開発方法と段階」について解説する。	
	第12回	サービス商品に関連する企画案の作成（褒）	これまでの講義内容から新たなサービス商品を開発するための内容の整理を行う。	
	第13回	企画案の修正・補完（金）	発表内容を修正・補完し、グループ内で確認を行う。	
	第14回	発表内容の最終確認と修正・補完（金）	発表内容を最終確認し、グループ内で再確認を行う。	
	第15回	成果の発表と全体のまとめ（金・褒）	最終成果の発表を行い、授業全体をまとめる。	
	試験	試験は実施しない。		
授業の進め方		参加型授業を目標に、講義中に質疑応答をしながら進めていく。		
授業外学習の指示		講義の内容を復習する。不明な点がある場合は教員に質問すること。 （授業外学習時間： 毎週 90 分）		

教科書	教科書は使用しない。随時、資料を配付する。
参考書	「日本経済新聞」、「日経MJ（流通新聞）」など。
参考URLなど	特になし
その他	知識定着のため、他の経営学・マーケティング関連科目もあわせて履修することが望ましい。 サービス商品に関連する企画案をチーム別に作成し、発表する。