

科目名	サービス・マーケティング	科目分類	■専門科目群 (第1グループ) □総合科目群 (第2グループ)
			経済学科 □必修 ■選択 学科 □必修 □選択
英文表記	Service Marketing	開講年次	□1年 ■2年 □3年 □4年
ふりがな	さかもと こういち	開講期間	□前期 ■後期 □通年 □集中
担当者名	坂元 浩一	修得単位	2単位
授業のテーマ	サービス業に関わるマーケティングについて、一般的な戦略や方針と具体的な事例を学ぶ。		
到達目標	この授業の単位を修得した場合、次のような知識・能力を修得できます。 1. マーケティングについて、全体的内容と主要業種・企業の戦略・方針を理解できるようになります。 2. マーケティングに関するニュースを理解できるようになります。		
授業概要	<p>本講義は、日本など多くの国の最大産業であるサービス業のマーケティングを対象とするものである。小売業など主な業界の実態を把握した後に、当該企業が採るマーケティングの戦略や方針を理解します。グローバル化する今日に鑑みて、日本および世界の多国籍企業についても論じます。本講義は、「マーケティング基礎論」と同時に開講されます。</p> <p>教員の豊富な海外経験を踏まえて、主要国・都市におけるマーケティングの実際を学びます。取り上げる都市は、パリ、ロンドン、上海、バンコック (タイ) などです。また、東京など国内の都市も対象とします。</p>		
授業計画			
第1回	イントロダクション (主な内容、アプローチ)		
第2回	経済、経営におけるサービス・マーケティング		
第3回	サービスの分類		
第4回	サービス業に関わる政策 (経済政策、産業政策)		
第5回	サービス業のマーケティング戦略 (1)		
第6回	サービス業のマーケティング戦略 (2)		
第7回	グローバル化とサービス特性		
第8回	サービス業のグローバル・マーケティング戦略		
第9回	日本及び世界の多国籍企業のマーケティング戦略		
第10回	事例業種：小売業		
第11回	事例業種：レストラン業		
第12回	事例業種：金融業、その他サービス業		
第13回	海外の事例国・都市：西ヨーロッパ諸国 (特に、パリとロンドン)		
第14回	海外の事例国・都市：東南アジアなど途上国 (特に、上海とバンコック)		
第15回	まとめ		
第16回	定期試験		

授業時間外の学習	1. 授業で配るプリントや課題に十分に取り組んでください。(1時間程度) 2. 日頃から日本経済新聞やその他の経済誌に目を通すようにしてください。(0.5時間程度)
履修条件 受講のルール	なし。同時期に開講される「マーケティング基礎論」を受講するとより理解できます。
テキスト	なし
参考文献・資料	和田充夫他『マーケティング戦略』第5版、有斐閣アルマ、2016年。 平野敦士カール(監修)『大学4年間のマーケティング見るだけノート』宝島社、2018年。 武井寿他『現代マーケティング論』第2版、実教出版、2018年。 三浦俊彦他『グローバル・マーケティング戦略』有斐閣アルマ、2017年。 石井淳蔵他『ゼミナール マーケティング入門』第2版、日本経済新聞出版社、2013年。 石井淳蔵他『1からのマーケティング』第3版、碩学舎(中央経済社)、2014年。 高橋秀雄『サービス業の戦略的マーケティング』第2版、中央経済社、2004年。 坂元浩一『教養系の国際経済論—総理解から次の一歩まで—』(電子書籍)大学教育出版、2012年。
成績評価の方法	【小テスト・レポート(40%)、定期試験(60%)】 上記評価項目を基にして総合的に判断します。 ・出席回数が規定に満たない場合及び授業料その他納入金等の全額を納めていない場合は、試験を受けることができません。 ・出席確認時に不在だった場合は、原則としてその回は欠席とします。 ・授業中に無許可で退出した場合は欠席とします。 ・授業の理解および予習・復習が充分であるかを確認するため、授業中にミニ・テストを行うことがあります。
オフィスアワー	毎週火曜日・金曜日 14:30~16:30 これ以外の時間帯も、在室時は可能な限り対応します。
成績評価基準	平成28年度(2016)以降入学した学生 秀(100~90点)、優(89~80点)、良(79~70点)、可(69~60点)、不可(59点以下) 平成27年度(2015)以前に入学した学生 優(100~80点)、良(79~70点)、可(69~60点)、不可(59点以下)
学生への メッセージ	サービスに関するマーケティング論は比較的に新しい分野ですが、経済に占める圧倒的な比重を占めるのがサービス業です。また、コンビニやスターバックスなど、皆さんの生活の中でよく目に触れる商品や食品のサービスが対象です。本授業では、身近な商品なども取り上げながら、サービス・マーケティングに関する全体的な内容と主な戦略・方針を理解してもらいます。 国内のサービス業のみならず、世界規模でのサービス・マーケティングについても、事例を挙げながら授業を行います。筆者のこれまでの多くの海外経験を生かして、主な国や都市におけるマーケティングの展開について説明します。例えば、次の都市です(カッコ内は訪問回数)。パリ(20回)、ロンドン(10回)、タイのバンコック(10回)、フィリピンのマニラ(10回)、上海(7回)、北京(5回)、ケニアのナイロビ(5回)、マドリード(3回、2016-17年訪問)。 例えば、パリについては、歴史的背景から高級チョコレート・ブランドまで幅広く、フランスのブランド戦略を論じます。ロンドンではピカディリー/オックスフォード・サーカス地区とパディントン地区におけるスターバックスなどの多国籍企業の展開を説明します。上海ではアジア随一の繁華街、南京歩行街を取り上げて、日本のコンビニを含む多国籍企業のサービス業進出の状況を把握します。 上記の大都市の地図を見ながら、教員の数多くの海外経験を聞くことにより、皆さんがサービス・マーケティングをより身近に捉えられるようになると思います。