

診療所を中核とした地域医療経営人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	サービス・マーケティング	担当者	山本昭二	実施月	11月～2019年1月
-------	--------------	-----	------	-----	-------------

■講義目的

サービス・マーケティングは、サービス業だけではなく製造企業にとっても重要な経営課題となっている。本講義ではサービスの特質とサービスを提供する組織の抱える課題の理解からはじめて、顧客と従業員の相互作用によって起こるサービス生産までの理解をめざす。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

バリュー・プロフィット・チェーン 日本経済新聞社 2004年、 サービス・クオリティ 千倉書房 1998年
サービスマーケティング入門 日経文庫 2007年

■各回ごとの授業内容

第1回 1-2 講時

1. イントロダクション：サービスマーケティングの誕生
サービス経済化した先進国での研究課題と実践を述べる。
2. サービス・マーケティングの理論的背景：サービス製品の成り立ちについて
サービス製品を構成する要素について述べる。

第2回 3-4 講時

3. 顧客満足：顧客満足の理論を体系的に論議する
サービス・マーケティングにおいて重要な地位を占めている顧客満足について述べる。
4. 顧客の選別：企業にとって重要な顧客とは
顧客ポートフォリオについて述べる。ケース1：パラダイスパーク

第3回 5-6 講時

5. 顧客資産の理論：顧客を資産としてとらえる重要性を議論する。
企業にとって顧客資産とは何かを検討します。
6. 顧客の囲い込みと資産の計測
ケース2：恵寿総合病院 顧客との長期的な関係を維持するための仕組みを考えます。

第4回 7-8 講時

7. サービス品質：サービス品質の計測とマネジメント
8. グループ・プロジェクトの中間発表
ケース3：ネットバンキングへの期待 SERVQUALに関するケースを利用して、サービスの品質の戦略的な利用を考えます。

第5回 9-10 講時

9. サービス・オペレーションの種類
サービス・オペレーションの種類とバックヤードの仕組みをどの様に組み立てるか。
10. サービス・オペレーションの仕組み
ケース4：ウェイマーク・ホリデーズ 顧客と従業員の関係を通して、サービス組織の経営を考えます。

第6回 11-12 講時

11. キャパシティの管理：サービスの価格付けを考える。
需要の変動にどのように対処するのかを考える。
12. 従業員満足：サービス・オペレーションにおける従業員満足の意味
ケース5：Marriott's Rancho Las Palmas Resort ハーバードのケースを取り上げます。米国のホテルにおけるキャパシティ管理を考えます。

第7回 13-14 講時

13. 組織文化の役割
14. グループ・プロジェクトの発表
ケース6：Shouldice Hospital ハーバードのケースを取り上げます。カナダの病院のマーケティングとオペレーションを事例にしてサービス組織の経営を考えます。

■授業方法

講義とケースによるディスカッションを中心に進める。グループ・プロジェクトは各チームでテーマを決めて、中間発表、最終発表の2回の発表が課される。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

近藤隆雄 『サービス・マネジメント入門』 生産性出版 2004年、ラスト他 『カスタマー・エクイティ』 ダイヤモンド社 2001年、スタウス、エンゲルマン、クレマー、ルーン 『サービス・サイエンスの展開』 生産性出版 2009年

■成績評価の基準と評価方法

サービス・マーケティングの基本知識の習得、実践的な応用事例の理解

本受講者が授業中にそれぞれの立場やバックグラウンドから得た経験や知識を他の受講者と共有することによって一層学習効果上がる。グループ報告やケース・ディスカッションに積極的に参加する能力を高める。

平常レポート (30%)・・・グループでレポートを作成 (期末試験 (レポート試験))

その他 (70%)・・・出席 (20%)、ケースレポート (30%)、グループプロジェクト発表 (10%)、クラスへの貢献 (10%)

■準備学習等についての具体的な指示および他の科目との関連

本講義はグループ研究による調査を行うので、授業時間外にミーティング等の時間が必要