

科目名	特殊講義（マーケティング特論B）	科目コード	1557	単位数	2
担当者名	島津 望	開講セメスター	第5セメスター	開講年次	3年次

● 授業のねらい

マーケティングの基本を学んだ後に、マーケティングの応用分野としてのサービス・マーケティングについて学ぶ。
授業を通して、マーケティング現象の背景にある、様々な社会問題に目を向けることができるようにする。

● 到達目標

特にマーケティングの応用分野であるサービス・マーケティング（観光サービスもそのひとつである）について、その原理を理解できるようになること。
この授業を通して応用力が身みつくことを目標にする。

● 授業内容

1週目 イントロダクション～マーケティング発想とはなにか
2週目 事例研究～マーケティング発想について1～日清食品

3週目 マーケティング・ミックス

4週目 事例研究2～Paper-glass

5週目 事例研究3～カルビー

6週目 製品市場マトリックス、製品ライフサイクル

7週目 前半のまとめと中間試験

8週目 中間試験の講評

サービス・マーケティングの概要

9週目 サービスの特性とマーケティング戦略

10週目 事例研究4 サービスの質 メートル・ドテル宮崎辰

11週目 サービスのマーケティング・ミックス

12週目 サービス・デリバリー・システム

13週目 インターナル・マーケティングとインターラクティブ・マーケティング

14週目 サービス・プロフィット・チェーン

事例研究5～星野リゾート

15週目 後半のまとめと期末試験

16週目 期末試験の講評と学期を通しての総括。ただし、やむを得ず15週までの授業内容を実施できなかった場合は補講授業をおこなう。

● 準備学習(予習・復習)等の内容

予習、復習は合計、週3時間必要である。毎週、授業の初めに、前回の復習の度合いをテストする（小テスト、自己採点、これは成績評価には加えない）。

予習・復習のポイントについては、CoursePowerに掲示するので、必ず確認しておこなうこと。

● 成績評価の方法・基準

中間試験と期末試験によって評価する。

● 履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法

この科目はマーケティング特論Aの知識を前提としているので、マーケティング特論Aを履修していることが極めて望ましい。
毎週、授業の初めに前回の復習テストを行なう（これは成績評価には加えないが、各自、その場で自己採点し、理解を確実にすること）。
事例研究の回では、アクティブラーニングとしてのディスカッションもおこなう。
試験のフィードバックは、次回の授業において、解説を配布して説明する。採点に疑義がある場合は、その際に申し出ること。

● テキスト

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦著、『マーケティング戦略』、(有斐閣)2160円+税
このテキストは、特殊講義（マーケティング特論A)と同じものである。

● 参考書

野口智雄、『ビジュアル マーケティング戦略』、(日本経済新聞社)、1000円+税

● 更新日付

2019/02/28 01:54