

授業科目名	マーケティング	担当者	山本昭二	実施月	2022 年度開講予定
-------	---------	-----	------	-----	-------------

■講義目的

現代のマーケティング戦略は、セグメンテーションとターゲティングを中心とした「選択と集中」戦略と、顧客とのリレーションシップを重視するリレーションシップ・マーケティングの二つの側面があります。インターネットの進展を踏まえて、本講義ではこの二つの考え方を理解するとともに実践的な知識の習得を目指します。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

講義はプリントで行います。必要であれば下記の教科書を購入して下さい。
池尾恭一、青木幸弘、南知恵子、井上哲浩、『マーケティング』 有斐閣、2010年

■各回の授業内容

1-2 マーケティングの役割

企業におけるマーケティングの主な役割は、「顧客に競合企業以上の価値を提供(deliver)することにより競争を勝ち抜き、長期的に利潤を生み出す」ことであって、単なる販売のための技術ではありません。顧客価値を生み出し、維持するには何をすればよいか、また必要な企業の仕組みをどのように作り上げ、運用すればよいかを考えます。インターネットの影響にも言及します。

3-4 マーケティングの基本戦略

マーケティングに関する具体的な計画を立てる際、マーケティング諸活動の方向性を明確にし、一貫性を持たせるためにどうしても必要なのが、マーケティングの基本戦略と言われるセグメンテーション、ターゲティングとポジショニング(STP)です。顧客をそのニーズや欲求によって分け(セグメンテーション)、標的とするセグメントを選び出し(ターゲティング)、競争優位性を持ったマーケティング活動を展開する(ポジショニング)にはどうすればよいかを平易に解説します。

5-6 顧客の好みと製品開発

顧客の好みに合わせた製品を市場に提供するというのは、マーケティングの基本的な考え方です。この顧客の好みをどの様に理解するのかという問題から製品開発の過程を説明します。簡単なケースを使って実際の開発コンセプトを商品にするまでを講義します。

7-8 リレーションシップ・マーケティング

顧客満足は、現代の企業経営にとって重要な要素になっています。顧客を維持することから得られる利益は、長期に渡る企業の成長を支えています。顧客維持から利益を引き出すマーケティング手法を解説します。コールセンターの事例を通して顧客接点に関する考え方を学びます。

■授業方法

本講座では、まずセグメンテーション、ターゲティングからポジショニングに至る道筋を平易に説明します。その後で顧客満足から顧客維持戦略に至る道筋を解説します。ビジネススクール(MBA)の授業で行われる方法を利用してケース教材を使ったディスカッションを行います

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

特になし

■成績評価方法・基準

授業への参加(30%)と2本のレポート(70%)で採点を行います。

■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

マーケティングについて特に知識を持っている必要はありません。

授業科目名	経営戦略	担当者	佐藤善信	実施月	2022 年度開講予定
-------	------	-----	------	-----	-------------

■講義目的

経営戦略の重要性は理解しているのだが、横文字のカタカナばかりで分かりにくい。会計や販売といったスペシャリストとしての勉強には関心があるのだが、ゼネラリストとしての経営の総合的な勉強は範囲が広すぎてモチベーションが湧かない。経営戦略の学習を、このように思っている方が多いのではないのでしょうか。本講義では、できる限り経営戦略を身近に感じることができるよう授業を行い、講義目的である経営戦略の「基本的な考え方や分析ツール」を、実際の企業のストーリーをまとめたケースを使用して、等身大のレベルで自由に使いこなせるようにしたいと思っております。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

教科書は使用しません。講師が講義資料を作成し、事前配布したり、当日に配布したりします。

■各回の授業内容

1-2 経営戦略とは何かについての全体像を考えます。その後、事業の定義について多面的に考えてみたいと思います。経営戦略を正しく立案・実行するために、事業はどのようにして定義すればよいのでしょうか？この質問に回答することがすべての経営戦略の出発点となります。

3-4 競争戦略について考えます。具体的には、競争者の種類や競争者との関係について考えます。経営戦略の理想を言えば、競争者が存在しないことです。そのような理想的な状況をどのようにして作り出すのか、つまり製品やサービスの差別化と新しい市場の創造の2つについて考えます。また、「模倣する側」と「模倣される側」の対応方法についても考えます。

5-6 経営資源について考えます。よく経営の構成要素として、「ヒト、モノ、カネ、ジョウホウ」と言われます。経営戦略を考える際に、経営資源をどのように獲得し、蓄積し、そして展開してゆけば良いのかを考えます。企業の創業時からの時間的な経過（ライフサイクル）の視点も経営資源を考える際に重要となります。

7-8 これまでの議論をベースにして、事例（ケース）を使って、経営戦略について総合的に考えます。そうしたなかで、これまで学習してきたさまざまな理論的概念や分析ツールを応用しながら使いこなせるようにしていきます。ケースは身近な中堅企業を取り上げる予定です。意見交換に気軽に参加していただけるように持っていきたいと思っております。

■授業方法

事前の簡単な学習課題に基づいて、白板やプロジェクターを使用した講義（レクチャー）、意見交換、実習（フレームワークや分析ツールの実習と確認）、グループ発表など、さまざまな方法を使って授業を進行させていきます。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

授業中に適宜、紹介いたします。

■成績評価方法・基準

以下の2つの要素から評価します。授業中のクラス貢献度（発言内容やグループディスカッションでの役割）：40%、第4回目の授業終了後の振り返りの課題レポート（3枚程度）：60%。レポートの課題と提出方法は授業中に説明いたします。

■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

毎回、事前に配布したケースの課題を中心に授業は進行します。毎回の事前のケース分析は大きな負担になりますが、しかしその負担に見合うだけの大きな成果が期待できます。必ず事前にケースの課題にしたがってケースを分析して授業に臨んでください。分析結果は提出する必要はありません。ご自分用のメモ書きでOKです。これまで学習してきたことの総まとめのつもりで受講してください。

授業科目名	会計・財務諸表	担当者	谷村真理	実施月	2022年度開講予定
-------	---------	-----	------	-----	------------

■講義目的

キャリアアップやマネージメントに欠かせない基本的な会計知識を学び、財務諸表を読めるようにすることで経営センスを研ぎます。一般的な会計知識や財務諸表の仕組みに関する基本的知識の習得を第一の目標とし、その上で財務諸表から経営に必要な情報を抽出する手法や、財務諸表の活用方法を身につけていただきます。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

主に毎回、配布する資料（レジュメ）に基づいて講義を行います。下記の補助テキストは受講前に購入の必要はありません。講義が始まってから、ご自身の知識・関心にあわせて、必要に応じて購入を検討して頂ければ結構です。

補助テキスト：高下淳子『決算書を読みこなして経営分析ができる本』日本実業 出版社 最新版、2007年
桑原知之『サクッとわかる日商3級（または2級）商業簿記テキスト』ネットスクール(株)

■各回の授業内容

- 1-2 財務諸表の基本
財務諸表の基本を学びます。
貸借対照表の見方
貸借対照表の主要項目について理解を深め、貸借対照表の見方を学びます。
損益計算書の見方
損益計算書の主要項目について理解を深め、損益計算書の見方を深めます。
- 3-4 キャッシュフロー計算書の見方
キャッシュフロー計算書の重要性、見方、作成方法を学びます。
財務諸表に基づく経営分析
財務諸表を読み、経営の良し悪しを判断する手法を学びます。
有価証券報告書の見方
実際に有名企業の有価証券報告書を見て、その読み解き方を学びます。
- 5-6 研究発表のグループワーク①②
実際に特定の企業の財務諸表を読み、経営分析を行います。
- 7-8 グループ研究発表とディスカッション①②

■授業方法

毎回、講義による基本的な理論を解説後、適宜具体的な事例に関するディスカッションやケーススタディを取り入れ、実践力を身につけていきます。後半では、グループ研究を通じて協力しながら課題を解決していきます。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

國貞克則『ストーリーでわかる財務3表超入門』ダイヤモンド社、2011年
竹内謙礼・青木寿幸『会計天国』PHP研究所、2009年

■成績評価方法・基準

1. 出席 20% クラスディスカッションへの貢献度 20%
2. グループ研究発表の成果・貢献度 30%
3. 期中レポート 10% 期末試験(レポート試験) 20%

■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

講義の前後で、レジュメや補助テキストを利用して復習をしてください。「起業とビジネスプラン」を選択される方は、会計・財務諸表の知識が必須となりますので受講をお勧めします。また、各回電卓を必ずご持参下さい。

なお、会計に馴染みの薄い方には、事前学習用に以下の書籍（マンガ）を推薦いたします。
「簿記の知識不要！超高速・会計勉強法」國定克則 著 PHP 研究所 発行

授業科目名	人的資源とキャリア開発	担当者	大内章子	実施月	2022年度開講予定
-------	-------------	-----	------	-----	------------

■講義目的

厳しい成果主義やリストラによる解雇など、首を切られても残ってもつらい、従業員を脅かす企業の人事労務管理。一方、育児・介護との両立支援をする、MBA取得やボランティア参加などを認める、そんな企業の人事労務管理。どちらが従業員は能力を発揮し、高い業績を残せるのでしょうか。この科目では、従業員がどのように動機づけられ、高度な技能を身につけ発揮するのか、そしてキャリアを築いていくのかなど、基本的な理論や概念を学習します。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

資料を配布します。

■各回の授業内容

1-2 人的資源管理とは何か

企業は上から従業員を「管理」できるものではありません。従業員の働きは動機づけ如何によって異なるからです。人的資源管理は、従業員が仕事人生だけでなく、私生活を含めた幸せな人生を送れるかどうかを左右するもので、従業員なら誰にでも大いに関係のあるものです。人的資源の特徴とは何か、人的資源管理とは何かを学びます。

3-4 配置と異動

企業で採用された人材はいずれかの仕事に配置され、状況に応じてジョブ・ローテーションや配置転換、昇進などの異動が行われます。なぜでしょうか。いずれも適材適所という企業側の要請によるものですが、同時に、従業員が業務をこなす上で必要な能力を身につけさせるという能力開発の狙いもあります。その仕組みを見ていきます。

5-6 人材育成とキャリア開発

従業員がいかに高い能力を身につけられたとしても、企業はその力を十分に引き出さなければ高い成果を得ることはできません。従業員のやる気が続かないために高い能力を発揮する期間が長く続かない、あるいは高い能力を持った従業員が他社へすぐに転職するようでは、企業はコストばかりかかってしまいます。従業員をどう育成していくのか、キャリア開発の概念を学びます。

7-8 人材育成とワーク・ライフ・バランス

男女を対象に正社員に働き方の多様な選択肢を用意するワーク・ライフ・バランス施策は企業のコストを増加させる、としてその導入に二の足を踏む企業は多いでしょう。しかし、個人・企業の生産性が上がり、貴重な人材の確保ができ、従業員と企業とのWin-Win関係が築けるとなればどうするのでしょうか。人材育成の観点からワーク・ライフ・バランスを見ていきます。

■授業方法

講義およびディスカッション、ケーススタディを通じて、基本的な概念や理論を習得します。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

- ①佐藤博樹・藤村博之・八代充史『新しい人事労務管理 第5版』有斐閣 2015
- ②佐藤博樹・藤村博之・八代充史『マテリアル人事労務管理 新版』有斐閣 2006

■成績評価方法・基準

1. 出席・クラスディスカッションへの貢献度 30%
2. 期中レポート 40%
3. 期末試験(レポート試験) 30%

■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

各回ともに積極的に講義やディスカッションに臨み、受講者自身がおもつ知識や経験を共有してください。事前に参考文献①の該当箇所を目を通しておくとう理解が進みます。

授業科目名	情報システム	担当者	丸橋弘明	実施月	2022年度開講予定
-------	--------	-----	------	-----	------------

■講義目的

本授業の目的は、企業における情報システムの諸機能を理解し、その重要性と可能性についての本質的な洞察を得ることである。特に変化の激しい現在のビジネス環境において情報システムに求められる柔軟性を達成するためには何が必要かを理解できるようになる。さらに、情報技術の中核となるプログラミングを実際に体得してもらいながら、近年のビッグデータの重要性を理解し、ビッグデータを支える諸技術についても学習する。プログラミング言語はpythonを使用する。

■各回の授業内容

第1回 1-2 講時

- イントロダクション
- 講義/ディスカッション ・情報システムの概観 ・情報システムの本質
- 講義/プログラミング実習 ・プログラミング環境 (Jupyter) の導入

第2回 3-4 講時

- ケーススタディ/ディスカッション ・現場が主導する情報システム
- 講義 ・コンピュータとプログラミングの世界観
- プログラミング実習 ・標準出力、変数、代入、演算、標準入力

第3回 5-6 講時

- 報告会 ・第3回宿題のPPT資料を各自プレゼン
- 講義/ディスカッション ・今の日本の情報システムで起こっている問題
- プログラミング復習 ・前回までの範囲のプチ演習
- プログラミング実習 ・条件分岐、繰り返し

第4回 7-8 講時

- 講義/ディスカッション ・モノをつくるということ ～均一から創造性へ～
- ・別視点で情報システムを考える
- プログラミング復習 ・前回までの範囲のプチ演習
- プログラミング実習 ・ファイル入出力

第5回 9-10 講時

- 全体課題の報告会 ・(個人テーマ) 10分発表+10分意見交換/個人ごと
- ・(グループテーマ) 10分発表+10分意見交換/グループごと
- プログラミング復習 ・前回までの範囲のプチ演習
- プログラミング実習 ・関数、クラス

第6回 11-12 講時

- 全体課題の報告会 ・(個人テーマ) 10分発表+10分意見交換/個人ごと
- ・(グループテーマ) 10分発表+10分意見交換/グループごと
- プログラミング復習 ・前回までの範囲のプチ演習
- プログラミング実習 ・外部データの取得 (Web, Excel, データベース, etc)

第7回 13-14 講時

- 全体課題の報告会 ・(個人テーマ) 10分発表+10分意見交換/個人ごと
- ・(グループテーマ) 10分発表+10分意見交換/グループごと
- プログラミング・小テスト

■授業方法

対面授業。ただし、新型コロナウイルスの感染状況等により、同時双方向型オンライン授業に変更する可能性あり。ケーススタディを中心にして講義を進め、各自が所属する企業もしくは自身の身の回りに関する簡単なケースを作成し報告、検討を行う。並行してプログラミングの講義も進めるため、初日(第2回)からWifiでインターネットに接続可能な個人のパソコンを用いる。
OSはWindows(8以降)もしくはMac(OSX10.9以降)を基本とする。

■成績評価の基準と評価方法

平常リポート 40% 期末試験(リポート試験)
その他 60% 授業への参加状況(10%)、python小テスト(10%)、小レポート(20%)、報告内容(20%)

■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

本授業で学ぶ情報システムの本質的な考え方やpython言語・ビッグデータ解析ツールの技術は2Q開講の「統計分析論」につながる内容となっている。
「統計分析論」の受講を考えている場合は事前に本授業を受講することが望ましい。

授業科目名	管理会計	担当者	酒井大策	実施月	2022年度開講予定
-------	------	-----	------	-----	------------

■講義目的

民間企業でも非営利組織でも、管理会計の知識は組織のマネジメントに不可欠です。講義を通じて、受講生は意思決定や業績評価といった管理会計の基礎知識を理解できるようになります。また、受講生は、管理会計の優劣がビジネスの成功と失敗の要因であるという視点から、管理会計の実践的役立ちを概観できるようになります。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

浜田和樹『管理会計の基礎と応用』中央経済社、2011年 ISBN 978-4-502-43750-2

■各回の授業内容

第1回 1-2 講時

1. 授業テーマ：財務会計と管理会計
2. 授業テーマ：管理会計の基礎と意義

第2回 3-4 講時

3. 授業テーマ：原価概念と原価計算の種類
4. 授業テーマ：短期利益計画と損益分岐点分析

第3回 5-6 講時

5. 授業テーマ：経営計画と戦略策定
6. 授業テーマ：財務分析と経営管理

第4回 7-8 講時

7. 授業テーマ：バランスト・スコアカード (BSC) と戦略マップ (1)
8. 授業テーマ：バランスト・スコアカード (BSC) と戦略マップ (2)

第5回 9-10 講時

9. 授業テーマ：意思決定会計(1)
10. 授業テーマ：意思決定会計(2)

第6回 11-12 講時

11. 授業テーマ：標準原価計算と差異分析
12. 授業テーマ：原価企画と原価改善

第7回 13-14 講時

13. 授業テーマ：活動基準原価計算 (ABC) (1)
14. 授業テーマ：活動基準原価計算 (ABC) (2)

■授業方法

授業形態は「対面授業」で実施予定です。ただし、新型コロナウイルスの感染状況等により、「同時双方向型オンライン授業」に変更する可能性があります。毎回教科書の内容に沿って授業を行ないます。テキストの内容を踏まえながら事例を紹介し、管理会計に関する実務的なセンスを身に付けてもらえるように講義を行ないます。受講生が、予習で教科書の読み込みを行なうことで、学習効果が高まると期待されます。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

園田智昭『プラクティカル管理会計』中央経済社 2017年 ISBN 978-4-502-23481-1
ワシントン大学フォスタービジネススクール『管理会計のエッセンス』同文館出版 2015年
ISBN 978-4-495-19121-0

■成績評価の基準と評価方法

平常レポート 80% 期末試験 (レポート試験)
その他 20% 授業への貢献 (発言・発表等)

■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

教科書に沿って平易に解説が行われるので、受講生は毎回の講義前には該当箇所の予習 (一読) が求められます。また、授業で説明する重要な箇所について、教科書・配布資料を利用して復習が必要です。

■その他事項

地方創生カレッジのeラーニング講座 039：事業推進の根幹となる数値管理【管理会計入門】の受講を推奨します。

授業科目名	組織管理	担当者	若林直樹	実施月	2022年度開講予定
-------	------	-----	------	-----	------------

■講義目的

この授業では企業などでの組織の経営管理に関して、組織全体のメカニズムとそのマネジメントの基本的な考え方と代表例を理解すること、トピックとしては、個人の集合体を超えた組織の特性、意思決定をめぐる組織制約、組織構造、組織形態とそのデザイン、ネットネットワーク組織、提携マネジメント、企業文化と改革、そして組織変革などにより理解を深める。

本講では、次を目標とする。

- (1) 組織のマクロなメカニズムについての基本的な知識を得る。
- (2) 実際の企業活動などでの組織活動のマネジメントの代表的な実践について理解を深める。
- (3) ビジネスケースを通じた組織活動の改善や革新に関するマネジメント手法の評価を行う。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

(1) ケース

- a) ケースの購入：授業の中では、2本程度のビジネスケースを利用するので、下記のハーバードのサイトから購入すること。事前にアカウント設定が必要となる。

<https://hbsp.harvard.edu/import/791742>

b) 利用するケース

- 1) Christopher A. Bartlett 『ABBの継電器事業：グローバル・マトリックスの構築と管理』(2008)
コンテンツ ID：CCJB-HBS-70118-01
- 2) Salter, M. S. et al. 「アサヒビール」(2011年) コンテンツ ID：CCJB-HBS-70017-05

(2) 基本的な概念の教科書

田尾雅夫『よくわかる組織論』(ミネルヴァ書房)2010年 ISBN 9784623056484)等を用いる。

■各回の授業内容

企業の組織は、単なる個人の集合体ではなく、組織全体水準の独自の問題や現象、経営手法がある。組織文化、組織構造、ネットワーク、提携マネジメントなどの代表的な領域で、こうした組織独自の課題、現象、その管理手法を考える必要がある。本論では、こうした問題を代表的な理論概念とビジネスケースで理解する。

第1回 1-2 講時

1. 有能な個人は会社の業績を上げるのか？：組織論で何を学ぶのか：同時双方向型完全オンライン授業
組織は、単なる個人の集合と異なる特性を持つ。組織の業績が個人の業績の合計と異なる面を理解し、組織業績の管理を考える。事例としては、オークランド・アスレティックスにおけるサイバーメトリックスの活用を考える。
2. 意思決定に対する組織の影響
経営上の意思決定に対しては、一定の組織の影響や制約がある。その特徴について理解する。

第2回 3-4 講時

3. 組織的な意思決定のケース分析
NASAのスペースシャトル事故を実践ケースにして、組織の意思決定の制約とその対処法について
4. 経営環境と組織構造
経営環境のあり方に対して、組織の構造がどのように仕組みであるのかについて考える。NTT西日本の改革を例に考えてみる。

第3回 5-6 講時

5. 組織の形態と進化
大規模な企業では、組織の様々な構造形態が見られる。職能部門制、事業部制、マトリックス組織の構造について考える。
6. 事業部制の持つ課題とその改革のビジネスケース分析
事業部制の持つ構造的な課題とその改革について、松下電器(パナソニック)とABBの二つの事例を通して考える。

第4回 7-8 講時

7. 組織のライフサイクル
企業組織が時間がたつにつれて引き起こす変化とその活性化について考える。
8. 組織の創造性の活性化
組織や社員の持つ創造性を活性化するために行う取り組みについて考える。

第5回 9-10 講時

9. ネットワーク組織

組織の内部のフラット化や、外部企業の取り込みをしながら企業組織のネットワーク化が進んでいる。その基本的な原理とあり方を考える。

10. 提携のマネジメント

ネットワーク組織の一般的な形態の一つである提携について考える。その際に、異業種マーケティング提携 Will の展開を見ながら、そのマネジメントの基本的な考え方を分析する

第6回 11-12 講時

11. 企業文化のマネジメント

企業は、会社ごとに、独自の文化を持ち、社員の認知、判断、行動パターンが異なってくる。この企業文化のメカニズムを理解し、その変革について考える。

12. 企業文化変革のビジネスケース分析

1980年代のアサヒビールにおける社員の意識改革とその展開を分析しながら企業文化変革について考える。

第7回 13-14 講時

13. 組織変革のマネジメント

経営環境の変化の中で、企業全体の組織を変革することが重視されてきている。組織変革の基本的なプロセスの特徴を考える。

14. 組織変革とリーダーシップの変化

組織変革におけるリーダーシップのあり方について考える。

■授業方法

本年度は、コロナ肺炎対策の関係で、原則として zoom でのリアルタイム双方向講義とする。組織のマクロ的な経営管理に関する基本概念を、授業資料と教科書を用いて、講義し、理解をする。それを踏まえて、代表的な企業のビジネスケースを取り上げて、それについて解説、分析、討議する。ビジネスケースは、お知らせで指示するので、必ず購入するように。また、各回について、復習資料として、講義ビデオをオンデマンドで置くが、オンライン講義への出席が前提となる。詳しくは、毎回、お知らせや教材・課題のコーナーで案内する。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

若林直樹『ネットワーク組織』有斐閣、2009年 ISBN 9784641163423

それ以外に必要なに応じていくつかの参考文献を LUNA に掲示するので、それを利用すること。

■成績評価の基準と評価方法

平常レポート 30 % 期末試験(レポート試験)。期末レポートの提出を求める。

その他 70% 毎回のビデオ視聴や講義参加に対する小テストや中間レポートを提出してもらう。(事前課題について予習し、授業に参加し、授業課題についての討議での貢献を評価する)。

成績は、普段の授業やケース分析に参加して、そこでの履修内容に理解度と応用力について評価をする。基本的に、毎回の受講内容についての理解度チェックの小テストやミニレポート(毎回ではない)。また、ケース分析する際には、学習した視点の応用や分析の内容を見る。これらの合算で評価する。

■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

授業の各回に関して、事前資料を掲示する。また、いくつかのビジネスケースについては、文献を指定するので、それを事前学習、復習すること。

■その他事項

ビジネスケースは、教科書指定のハーバードケース以外も使うが、その場合には、LUNA 上で文献の掲示を行う。

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	2022年度開講予定
-------	--------------	-----	------	-----	------------

■講義目的

本講義では受講生が、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を理解し実践に活かす能力を習得することを目的とする。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も含めたサービスへの取り組みを理解する。

■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 2010年
サービスマーケティング入門 日経文庫 2007年

■各回の授業内容

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
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。
8. グループ・プロジェクトの中間発表

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
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。
14. グループ・プロジェクトの発表

■授業方法

同時双方向型オンラインもしくはハイフレックス型。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を目標とする。
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を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が上がる。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%) ・ ・ グループ課題への参加 (10%)、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 (20%)

■ 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

授業科目名	ソーシャル・マネジメント	担当者	森藤ちひろ	実施月	2022年度開講予定
-------	--------------	-----	-------	-----	------------

■講義目的

本講義の目的は、様々なケースの分析を通して、社会課題を理解し、その課題解決のための提案をする能力を身につけることである。ソーシャル・マネジメントには、行政と市民の協働、企業の社会化、より良い社会システムの構築のためのマネジメントの要素がある。本講義では、企業のCSRや社会貢献活動、営利・非営利組織の社会的役割について学ぶ。リアルな事例も用いて多様なステークホルダーがどのように社会の変化に対応していけばよいのかを議論し、ソーシャル・マネジメントの実践における課題とその解決策を考察する。

■教科書<著者『タイトル』出版社、出版年>

教科書は指定しない

■各回の授業内容

第1回 1-2 講時

1. イントロダクション

ソーシャル・マネジメントとは何かについて解説する。ソーシャル・マネジメントを行う営利・非営利組織の社会的側面を理解する。

2. ソーシャル・ビジネスの展開

近年、人工知能をはじめ様々なテクノロジーの発展によってビジネスモデルが大きく変化している。ベンチャー等の事例からソーシャル・ビジネスの発展プロセスを学ぶ。

第2回 3-4 講時

3. 社会インフラとしての医療サービス

人口減少、過疎化が進む地方において、医療・介護サービスの提供組織に期待される役割とそれらの組織の戦略について議論する。

4. 地域社会におけるバリアフリー・サービス

ある病院の事業展開過程を観察し、地方の医療・介護が抱える諸問題とその解決策を議論する。特に、効率化や質の向上に対してITがどのように活用できるかについて考える。

第3回 5-6 講時

5. 非営利組織におけるアントレプレナーシップ

生活の質を高めるサービスの提供を目指し、運動、癒しといったライフスタイルの提案を行う医療法人の事例をもとに、トップのリーダーシップ、人材育成と組織改革の課題について議論する。

6. ヘルスケアにおけるソーシャル・マーケティング

メディカルサービス・ウェルネスサービスを提供する複合施設の経営戦略とツーリズムへの参入を行う際の課題を議論する。

第4回 7-8 講時

7. 地域社会における「三方よし」モデル

行政と市民の協働、多職種連携を実現している事例をもとに、地域が1つの病院のように機能する地域コミュニティのあり方と必要な社会資源について考える。

8. 地域医療とまちづくり

地域包括ケアシステムの先進的事例の「東近江地域モデル」と近江八幡市安寧のまちづくり(CCRC)を取り上げ、医療機関が参画するまちづくりの可能性と課題を検討する。

第5回 9-10 講時 地域住民の地域住民のための地域創生 (ケース：奈良県吉野郡吉野町)

9. コミュニティ・デザイン

地域に関わる様々なさまざまなステークホルダーの役割と、地域創生におけるソーシャルキャピタル(社会関係資本)と参加の重要性を議論する。

10. 地域住民による地域創生

主要産業の衰退、高齢化など様々な課題に直面する地域において住民主体の関係人口、交流人口増加の取り組みを行う事例から、限界集落の共通課題の抽出と解決策を議論する。

第6回 11-12 講時

11. ダイバーシティ・マネジメント

ダイバーシティの要素は働き方や雇用形態、働く場所だけでなく、ジェンダーや身体状況、国籍や人種、世代の違いなど多数存在する。社会の変化とそれらに対する現場の実際を学ぶ。

12. 働く人の QOL と企業の人的資源管理

多様な人材が多様な働き方を選択できる時代における人材開発・人材育成のあり方を議論する。

第7回 13-14 講時

13. ソーシャル・デザイン

ソーシャル・デザインの視点で社会課題に取り組む営利・非営利組織のケースから、社会課題の捉え方とその解決策を学ぶ。

14. まとめ

これまで学んだことをもとに、ソーシャル・マネジメントに関する事例研究の成果を発表し、ソーシャル・マネジメントにおける新たな視点を共有する。

■授業方法

同時双方向型オンライン授業（Zoom によるライブ配信）で実施の予定。

ケースと配布資料を使用する。授業では、ケースの背景と関係する理論に関する講義を行い、事前課題をもとに全体ディスカッション、グループ発表を行う。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

フィリップ・コトラー，ナンシー・リー著 『社会が変わるマーケティング』英治出版 2007 年

稲葉陽二著 『ソーシャルキャピタル入門』中公新書 2012 年

山崎 亮 『縮充する日本』PHP 新書 2016 年

笈 裕介 『持続可能な地域のつくり方』英治出版 2019 年

■成績評価の基準と評価方法

平常レポート・・・20% 期末試験（レポート試験）

その他・・・80% ケースレポート（50%），グループ発表（20%），ディスカッションへの貢献（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

授業で取り扱うケースを事前に配布し、事前課題を提示する。受講生は、ケースレポートを作成して参加すること。

授業科目名	サービス・マネジメント	担当者	嶋田 敏	実施月	2022年2月～3月
-------	-------------	-----	------	-----	------------

■講義目的

サービス・マーケティングが、サービスの品質のコミュニケーション、セグメンテーション等を扱うのに対して、サービス・マネジメントではサービス提供組織の管理、サービス提供組織の成長、イノベーションの創出などが取り扱われる。

■各回ごとの授業内容

第1回 1-2 講時

サービス提供組織の特徴と管理
サービス提供システムの理解

第2回 3-4 講時

サービス・オペレーションの管理
サービス提供システムの中核となるオペレーションを理解する
顧客の役割と従業員満足

「ホテルのチェックインプロセスの事例」

第3回 5-6 講時

サービス・オペレーションシステムのイノベーション
オペレーションのデジタル化、IoTの役割

「ホテルの予約システム、管理システムの事例」

第4回 7-8 講時

サービス・オペレーションと顧客の役割
顧客の参加によるオペレーションの変化
共創的サービスエンカウンターの管理

「医療サービスの事例」

第5回 9-10 講時

サービス提供者管理
サービス提供者の能力開発
サービス提供者のセグメント別管理

「おもてなしの事例」

第6回 11-12 講時

製造企業のサービス化
製造企業がサービス化をする理論的検討

「Komtrax の事例」

第7回 13-14 講時

製造企業のサービス・イノベーション
使用価値と関係しながら新しい価値を生み出す方法
・まとめ

以上を予定しておりますが、プログラムが変更になる場合があります。

■授業方法

サービス企業、製造企業の事例を元にしながら双方向型の講義を実施する

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

白井義男（監修）、バート・ヴァン・ローイ、ポール・ゲンメル、ローランド・ヴァン・ディードンク（編）、平林祥（訳）『サービス・マネジメント—統合的アプローチ（上・中・下）』ピアソンエデュケーション、2004

■成績評価の基準と評価方法

1. 平常レポート 60% 2. グループワークへの参加 20% 3. 出席・講義への参加状況 20%

MICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画 (案)

授業科目名	ホテルマネジメント	担当者	境田 司 他	実施月	2022年4月～5月
-------	-----------	-----	--------	-----	------------

■講義目的

本講義では、ホテルに関する基本的な管理技能を学び、その上でMICEに関する理論的、実践的内容を学ぶ。コロナ禍で多様化したMICE市場とホテルビジネスを考察する。

■各回の授業内容

第1回 1-2 講時

特別講演 現代のホテル経営の問題

株式会社神戸ポートピアホテル 代表取締役社長 中内 仁

イントロダクション「コロナ禍を経験した今後のホテルビジネス経営について」<仮称>

第2回 3-4 講時

計数管理① ホテル特有の管理会計(ホテルユニフォーム会計)制度について

計数管理② ホテルの財務諸表分析について

講 師：株式会社神戸ポートピアホテル 取締役 経営企画部長 池本 信彦

第3回 5-6 講時 ポートピアホテルの経営戦略について

経営戦略① これまでの経営戦略について(メディカルコンベンションを基軸とした経営品質向上活動)

経営戦略② ホテルビジネスの現状について

講 師：株式会社神戸ポートピアホテル 取締役 宴会部長 西尾 智子
<グループディスカッション>

第4回 7-8 講時 ポートピアホテルの経営戦略について

経営戦略③ 【MICE】国際会議の誘致と運営について

講 師：株式会社神戸ポートピアホテル 取締役 宴会部長 西尾 智子
<グループディスカッション>

第5回 9-10 講時

経営戦略④ 【MICE】ビジネスの変遷と市場動向

コロナ禍での学会運営とDXを活用したイベント(仮称)

講 師：ゲストスピーカー 日本コンベンションサービス株式会社 執行役員 松田 健 様

第6回 11-12 講時

経営戦略⑤ 【MICE】を軸とした地方創生と人材育成(仮称)

講 師：ゲストスピーカー Finesse Hospitality Management 代表取締役, MPI Japan Chapter
名誉会長 山本 牧子 様 <グループディスカッション>

第7回 13-14 講時

経営戦略⑥ これからのホテルビジネス(多角化するホテルビジネス)

コロナ禍から生まれた新規事業、まとめ

講 師：株式会社神戸ポートピアホテル 取締役副支配人 事業本部長 境田 司

以上を予定しておりますが、プログラムが変更になる場合があります。

■授業方法

講義とグループワークを中心に進めます。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

■成績評価の基準と評価方法

1. 平常レポート 60% 2. グループワークへの参加 20% 3. 出席状況 20%

MICE・地方観光人材育成プログラム 授業計画

授業科目名	インバウンド・マネジメント	担当者	松田 充史	実施月	2022年6月～7月
-------	---------------	-----	-------	-----	------------

■講義目的

本講義では、受講生がインバウンドマーケットとは何かについて理論的枠組みから理解するとともに、国や地域、さまざまな観光産業のケーススタディから、自らの課題解決の実践的手法を構築することを目的とする。

■各回の授業内容

<p>第1回 1-2 講時 「インバウンドマーケットの歴史的背景と理論的枠組み」</p> <ul style="list-style-type: none"> インバウンドマーケットの歴史的背景を理解し、ニーズおよび経済効果の面からインバウンドマーケット市場を把握する。受講生のインバウンドに関する課題認識を共有し、理論的枠組みの探索と考察、課題解決につなげる。 <p style="text-align: right;">「なぜインバウンドが必要なのか」</p>
<p>第2回 3-4 講時 「日本におけるインバウンドの現状と課題」</p> <ul style="list-style-type: none"> 訪日観光客の誘致に取り組む公的機関 JNTO は、いかにインバウンドに取り組んでいるのか、またプロモーションを行っているのかについて理解を深める。受講生の課題について基本フレームを使い明確にした上で対策を考える。 <p>ゲストスピーカー：日本政府観光局（JNTO）企画総室長 蔵持京治氏 「ケース：インバウンドのマーケティング戦略」</p>
<p>第3回 5-6 講時 「大阪・関西におけるインバウンドの現状と課題」</p> <ul style="list-style-type: none"> 大阪・関西におけるインバウンドについての現状と具体的な取り組みから市場把握の視点を得る。そして、それらの事例をいかに地域やビジネスでの販売戦略に実践・応用できるかを議論する。 <p>ゲストスピーカー：大阪観光局 MICE 推進部部長 柴田健次氏 「ケース：インバウンドの市場細分化」</p>
<p>第4回 7-8 講時 「インバウンド消費動向からみるマーケティング戦略」</p> <ul style="list-style-type: none"> 訪日観光客の消費動向を販売現場の事例から学び、基礎的理論を踏まえ、インバウンド観光におけるマーケティング戦略を学ぶ。その上で、現場レベルでのインバウンド・ビジネスとグローバル化について検討する。 <p>ゲストスピーカー：大丸松坂屋百貨店 大丸心斎橋店 *調整中 「ケース：インバウンドの営業戦略」</p>
<p>第5回 9-10 講時 「インバウンドにおける日本の価値」</p> <ul style="list-style-type: none"> ヨーロッパ人が設立した DMC の日本マーケットのビジネス・デザインから、インバウンドにはどのような商品開発のアイデアが求められるかを学ぶ。更に、インターナル・マーケティングについてもアプローチする。 <p>ゲストスピーカー：THE J TEAM 取締役 James Kent 氏 「ケース：ビジネス・デザイン」</p>
<p>第6回 11-12 講時 「インターネットによる新たなビジネスモデル」</p> <ul style="list-style-type: none"> 観光産業のエージェンシーによる先端的事例から、インターネットによって構築された新たなビジネスモデルについて理解する。そこからインバウンドにおける新しい商品およびオペレーションの構築を考察する。 <p>ゲストスピーカー：JTB ヨーロッパマイバス事業部長 深澤秀徳氏 「ケース：商品とオペレーション」</p>
<p>第7回 13-14 講時 「受講生によるプレゼンテーション」</p> <ul style="list-style-type: none"> これまでの講義での理論的枠組みとケーススタディの知見を基に、受講生がそれぞれのインバウンド課題に関するプレゼンテーションをおこない、双方向の議論によりコ・クリエーションによる新たな理論の構築をめざす。 <p>*講義日程によりプログラムが変更になる場合があります。</p>

■授業方法

毎回、前半は講義により理論的枠組みを学び、ゲストスピーカーのケーススタディにより考察を深める。後半でディスカッションを行い、受講生間の対話を通し、コ・クリエーションによる現場課題解決をめざす。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

講義時に紹介します。

■成績評価の基準と評価方法

1. 平常レポート：60% 2. グループワークへの参加：20% 3. プレゼンテーション：20%

授業科目名	地域観光	担当者	国枝よしみ/田中祥司	実施月	2022年8月～10月
-------	------	-----	------------	-----	-------------

■講義目的

本講義は、地域観光を理解し、実践するための基盤となる理論を学びながら、プレゼンテーションなどを通じ、地方観光を担うための実践的な知識を身につけることを目的とする。

■各回ごとの授業内容

第1回 1-2 講時

「観光総論」

- ・直近のインバウンドの消費行動を分析しながら、そのニーズを把握し、いかに地域活性化に導くか、について考える。

「講義と議論」

第2回 3-4 講時

「旅行者行動」

- ・旅行者はどのように情報を収集し、どのような意思決定を行っているのか、についてショートケースを用いながら理解を深める。

「ケース：旅行者行動」

第3回 5-6 講時

「地域における観光の革新・海外事例の検討」

- ・持続可能な観光地を目指すための地域資源の活用と保存の両立について学ぶ。

「ケース：オーバーツーリズム」

第4回 7-8 講時

「地域観光におけるブランドのマネジメント」

- ・旅行者に選択されるための観光地ブランディングについて理解する。

「講義と議論」

第5回 9-10 講時

「観光による地方誘客」

- ・観光誘客の拡大を目指す地方の先端的事例に学びながら、観光による地方創生について学ぶ。

「講義と議論」

第6回 11-12 講時

「地域観光における経験のマネジメント」

- ・旅行者にどのような「経験」を提供すると再訪や推奨につながるのか、について考える。

「講義と議論」

第7回 13-14 講時

「プレゼンテーションと議論」

以上を予定しておりますが、プログラムが変更になる場合があります。

■授業方法

講義、および、ケースや事前課題に関するディスカッションを中心に進めます。

■参考文献<著者『タイトル』出版社、出版年>

講義時に紹介します。

■成績評価の基準と評価方法

1. 平常レポート：60% 2. プレゼンテーション：20% 3. 出席状況：20%