

科目番号	K448	単位数	2
授業科目名	サービスイノベーション論 Introduction to Service Innovation		
担当教員	小坂 満隆、船橋 誠壽、西岡 由紀子		

■達成目標

新しいサービスサイエンスの考え方（サービスドミナントロジック等）を理解し、サービス価値創造に対する方法論とそれらの応用能力を修得し、新しいサービスの創造や業務の変革を行うための実践ができる力を持つことを目的とする。

■概要

グローバルなレベルでのサービスイノベーションの実例と方向性、サービス業の分類と特徴、サービスサイエンスと知識科学、情報科学の関連性、サービスモデル、ビジネスモデルなど、サービスに関する一般論の修得と最近の話題に関して学修する。

■教科書

サービス志向への変革、小坂満隆編、社会評論社（2012）

■参考書

1. 亀岡秋男 サービスイノベーション、NTS（2007）
2. クリストファーラブロック、ローレンライト著、小宮路雅博監訳 サービス・マーケティング原理、白桃書房（2002）

■関連科目

K452 サービスサイエンス論、K420 研究開発マネジメント論

■履修条件

特になし

■講義計画

1. サービスサイエンスの動向
2. サービスドミナントロジック
3. サービス劇場モデルと価値共創
4. サービス場の理論
5. サービス場理論の応用—K I K I モデル
6. サービスマーケティングの基礎（1）
7. サービスマーケティングの基礎（2）
8. サービスマーケティングの基礎（3）
9. サービス価値創造に対するシステム論的アプローチ
10. サービスと横断型科学技術
11. サービス価値創造方法論（1）—MUSE
12. サービス価値創造方法論（2）—MUSEの応用
13. サービス価値創造に関するグループワーク（1）
14. サービス価値創造に関するグループワーク（2）、まとめ

■準備学習等の具体的な指示

教科書を事前に読んでおく。

■評価の観点

サービスイノベーションの意義、方向性の理解、モデル化やマネジメントに関するサービスサイエンスの基本技術の理解を評価する。

■評価方法

講義における発表、レポート、グループワークの結果

■評価基準

講義での発表・議論への貢献度、グループワークにおける貢献度で評価する（40%）、レポートの内容で評価する（60%）

科目番号	K449	単位数	2
授業科目名	サービス価値創造論 Service Value Creative Modeling		
担当教員	中村 孝太郎、増田 央		

■達成目標

専門領域横断的なサービスイノベーションの視点により古今のサービス価値の推移の可視化や新しい価値の実現を含む「サービス価値創造」を幅広く理解することにより、個人のこれまでの経験を体系化し、所属組織のイノベーション実践における問題の発見と解決を積極的にできるようになる。

■概要

まず JAIST のサービス・サイエンスの経緯を知識科学・技術経営の視点を交えて紹介する。次に企業ビジョンからサービスシステムに至るサービス価値を基軸としたサービス階層概念を理解する。そしてサービス価値創造をサービス価値推移の可視化とこれを担う人/組織やモノ/インフラを含めたサービスシステムの側面から理解する。その上でもてなしの文化的淵源（歴博研究者等による）から旅館・ホテルサービスやネットワーク・ICT 技術を用いたサービス等、具体的事例を説明する。これによりサービス事業の成功要因および新しいサービス価値を実現するための戦略やサービスシステムのあり方を修得する。さらに実習を通して学生みずからサービス価値創造に関するモデリング手法やコンテキスト依存性等の事業ポジショニングを含むサービス戦略の分析にも取り組む。

■教科書

講義資料配付

■参考書

1. 小坂満隆・角忠夫編（13名共著）（2010）『「産業のサービス化論」へのアプローチ』（6章：サービスイノベーションにおけるサービス価値） 社会評論社
2. 亀岡秋男（監修）（12名共著）（2007）「サービス・サイエンス—新時代を開くイノベーション経営を目指して」 NTS 出版
3. 小林 潔司・原 良憲・山内 裕 編（2014）『日本型クリエイティブ・サービスの時代—「おもてなし」への科学的接近』、（増田央「第7章 実証的合理性にもとづくサービス創造 — サービス・メタモデリング」）日本評論社

■関連科目

K448 サービスイノベーション論、K419 企業科学、K425 戦略ロードマッピング論

■履修条件

特に指定しない

■講義計画

1. JAIST のサービス・サイエンスの経緯（中村）（以下☆はゲストスピーカーも参加予定）
2. サービス価値創造とは（中村）
3. サービス価値推移の可視化とサービスシステム（サービス組織含む）の構成（中村）
4. 事例研究(1)（例.観光サービス、音楽鑑賞サービス）（中村）（以下の順番は変更の可能性あり）
5. 事例研究(2)（例.伝統旅館・ホテルのもてなしサービス）（中村☆）
6. 事例研究(3)（例.もてなし文化の淵源と現代のサービス）（中村☆）
7. サービスシステム（サービスインフラ/組織含む）における成功要因（中村）
8. 事例紹介およびディスカッション（中村）
9. 日本におけるサービス研究の展開と将来的な社会課題に関する考察（増田）
10. 研究紹介: コンテキストを考慮したサービスのモデル化について（増田）
11. サービスモデリングやサービス創造に関する手法（中村）
12. 事例紹介（例.受講者による発表：サービス価値推移）（中村）
13. グループ実習(1)（中村/増田）
14. グループ実習(2)（成果報告と質疑）（中村/増田）

■準備学習等の具体的な指示

上記の参考書のうち、特に1.の6章(p187-P228)を事前に読んでおくことが望ましい。学修状況に応じてディスカッションを行う。また各人の業務とサービスの関連性、および今後検討したいサービス事業あるいはサービス領域をあらかじめ明らかにしておくこと。

■評価の観点

サービス価値創造に関する理論や手法およびサービス戦略等の分析の理解度および応用力による

■評価方法

(1)講義中での質疑・発表やグループ討論での貢献度、(2)課題・レポート提出による

■評価基準

講義での質疑・発表・討論への貢献度（40%）、課題レポート（60%）

科目番号	K451	単位数	2
授業科目名	製造業のサービス化論 Service Business in the Manufacturing Industry		
担当教員	角 忠夫		

■達成目標

製造業におけるサービス化の現状とその推進の為の課題を理解し、自部門の商品（財；Goods）にサービスを付加することによる新たなビジネスモデルの構築とその評価を自信を持って構築できるようになること。

■概要

まず20Cから21Cの現在まで製造業のサービスビジネスモデルの変遷を8段階に区分し、それぞれのモデルにおける現状と問題点を明らかにする。その上で各業種の先行モデル（1）建設機械、（2）エレベータ（3）計装・環境につき外部講師による臨場感あふれるケーススタディを行う。さらにこれからの日本製造業にとって抜本変革を求められる新産業革命と産業用ビッグデータの活用問題、TPP 提携交渉に端を発した第6次産業のソリューションを提供するための課題や処方箋を討議する。

またサービスビジネスを展開するための基本課題すなわち、1.ビジネスモデル、2.サービスの品質と生産性、3.サービスの見積もりと売価、4.IT マネジメントシステム、5.人材育成、6.無形資産価値評価などにつき現状を理解し、これからのあるべき方向付けを議論する。

■教科書

使用しない

■参考書

1. 小坂満隆、角忠夫編「産業のサービス化論へのアプローチ」社会評論社、（2010）
2. 日本MOT 振興協会「調査研究報告 製造業におけるサービス・イノベーション」（主査 角忠夫） 2011年9月

■関連科目

K430 技術マネジメント・リーダーシップ実践論

■履修条件

全講義出席ならびに最終日のワークアサインメント（WA）報告が出来ること。

■講義計画

1. 製造業のサービス化論 総論
2. 製造業のサービスビジネスモデル、WA(ワークアサインメント)出題
3. ケーススタディ（1）建設機械（サービスによる商品の武装化）外部講師
4. 新産業革命の胎動と産業用ビッグデータの活用
5. ケーススタディ（2）エレベータ（サービスをビジネスする先行モデル）外部講師
6. サービスの品質と生産性
7. ケーススタディ（3）計装・環境（サービスによる新ビジネス展開）外部講師
8. サービスの見積もりと売価
9. 企業価値評価と経営指標（金曜及び土曜、日経朝刊並びに電卓持参の事）
10. 無形資産価値評価と開示
11. 第6次産業化の現状と第1次、第2次及び第3次産業からの変遷
12. ワークアサインメント（WA）報告及び討議
13. 同上
14. 総括討議、WA 報告並びに討議に対するコメント及び本講座に対する総括

■準備学習等の具体的な指示

1. 現業務における有形資産（商品）と無形資産（サービス、ソリューション）
 2. 自分の今までのキャリアで形成された無形資産
- 上記の2つにつき棚卸をしておく。

■評価の観点

1. 製造業におけるサービスビジネスの変遷とビジネスモデルの現状と課題に対する理解力
2. ケーススタディから学ぶべきことと自部門への展開力
3. サービスビジネス展開の基本的課題に対する認識力
4. 無形資産価値の分析と蓄積のための実践力
5. ワークアサインメントの構想、発表、並びに質疑応答力

■評価方法

1. クラスに出席した上で、積極的参画度（リーダーシップとメンバーシップ）
2. ワークアサインメントの構想、展開、実現可能性、発表、質疑）

■評価基準

クラスに出席した上での積極的参画度（50%）、ワークアサインメント（50%）

科目番号	K452	単位数	2
授業科目名	サービスサイエンス論 Service Science		
担当教員	林 幸雄、上林 憲行		

■達成目標

サービス科学を学修・研究する上での基礎について学ぶ。特に、広範囲の産業にかかわる情報通信技術の現状を踏まえた上で、サービス科学の基本的概念を理解しつつ、「サービスイノベーション」を実践的に議論できるようになる。

■概要

さまざまな業種におけるマクロな産業構造の変化を含めて、ネットワーク情報技術を活用した、サービス提供における機会の増大や機能の拡大向上を考えながら、各自の事例に対する考察を深め、サービスイノベーションについて議論する。特に、産業社会論的に見た知識社会への移行や、イノベーション・デザインについて理解を促す。

■教科書

サービスサイエンス入門 上林憲行著 オーム社

■参考書

イノベーション・シンキング ポール・スローン著 ディスカバー

■関連科目

K215 イノベーションマネジメント概論

■履修条件

特になし

■講義計画

1. 産業におけるサービス化の進展
2. サービスと各自の業務について：上林
3. 教室内討論：上林
4. サービスにおけるネットワークの価値
5. ICTによるサービス観の変容
6. サービスサイエンスに関するワークショップ (1)：上林
7. サービスサイエンスに関するワークショップ (2)：上林
8. サービス・イノベーション・デザイン
9. 事例研究
10. 課題研究 (1)
11. 課題研究 (2)
12. プレゼンテーション (1)
13. プレゼンテーション (2)
14. 総合討論

■準備学習等の具体的な指示

教科書の第1, 2, 4, 6, 7, 8章を事前に読んでおくこと。

■評価の観点

学術的な基礎に関する理解度と思考実験における実践的展開力。

■評価方法

講義を通じた発表・議論への貢献度、レポート内容の充実度による。

■評価基準

講義を通じた発表・議論 (20%)、宿題レポート (20%)、最終レポート (60%)。

科目番号	K457	単位数	2
授業科目名	デザイン戦略論 Theory on Design Strategy		
担当教員	永井 由佳里		

■達成目標

なぜ今デザインが重要かを考えることが最初のステップである。本科目の達成目標は、人間中心デザインの観点でのデザイン戦略に関する議論をとおしてデザインによる問題解決ができるようになること、及び、新しいデザインコンセプトの構想ができるようになることである。

■概要

デザインがイノベーション創出を誘発すると言われる。デザインのアイデアを構成することがプロダクトの新しい意味を見出すことに役立つからである。授業では、デザイン思考を取り上げ、ビジネスやイノベーションとデザインの関係を考究し、その方法論を学ぶ。事例を検討するとともに、デザイン研究の論文を踏まえ、社会システムとしての新しい機能やサービスの構造を検討する。さらに、自己の視点から新しいデザインの基本プランを構想し、それによって何がどう変わるのか（未来ニーズの顕在化）について議論を行う。

■教科書

使用しない

■参考書

デザイン・インスパイアード・イノベーション, ジェイムズMアッターバック他, ファーストプレス, 2008
 Concept Generation for Design Creativity – A Systematized Theory and Methodology
 (<http://link.springer.com/book/10.1007%2F978-1-4471-4081-8>)

■関連科目

特に指定しない

■履修条件

特に指定しない

■講義計画

1. デザイン論と理論的基盤
2. デザイン知識と人工物
3. デザイン思考
4. 人間中心デザイン, 感性と表現
5. ユーザイノベーション
6. デザインとブランディング
7. デザイン戦略の事例と方法 1
8. デザイン戦略の事例と方法 2
9. デザイン戦略の事例と方法 3
10. デザイン戦略についての考察
11. デザイン戦略の実践 1
12. デザイン戦略の実践 2
13. デザイン戦略の実践 3
14. 試験、デザイン戦略の総合的考察

■準備学習等の具体的な指示

事前に知らせる文献を読んでおくこと。

■評価の観点

デザイン思考、デザイン戦略についての理解と提案力、及び提案内容

■評価方法

試験と課題（グループワークを含む）

■評価基準

レポート形式の記述試験（50%）、プレゼンテーション資料等の提出物（50%）の総合

科目番号	K458	単位数	2
授業科目名	ビジネスとエスノグラフィ Business and Ethnography		
担当教員	伊藤 泰信		

■達成目標

生活者（消費者）の活動ひいては人間の活動を、トータル（全体論的）に捉える文化人類学的な視角および調査の技法（エスノグラフィ）を、その基礎から学ぶ。その上で、それらの実務への応用可能性について能動的かつ生産的に議論できる能力を涵養する。

■概要

今日、生活者（消費者）の価値観や嗜好は多様化・複雑化し、メーカー・開発者の思いこみだけでサービスや製品を作ることの限界が言われ始めている。合理的な思考を持ち、言葉で自らの経験を説明しうる人々として生活者（消費者）を捉えてしまってきたこと、また、生活者の心、身体、それを取り巻く環境（社会・文化）は、個々に独立した事象として説明しようと考えられてきたことに、従来の市場調査やマーケティング活動における大きな誤りがあったのだと指摘する経営学者もいる。人間の活動というものをトータル（全体論的）に捉える文化人類学の基礎を学ぶことで、消費行動調査や業務改善、ユーザビリティ調査など、（それらへの批判的な議論も含めて）広義のビジネスに有用な視角や可能性について検討する。

■教科書

教場にて資料を配付する。

■参考書

1. 伊藤泰信、2008、「フィールドワーク：課題発見型・仮説構築型の現場調査」『ナレッジサイエンス（改訂増補版）』近代科学社
2. 伊藤泰信、2008、「実践とハビトゥス：日常のルーティーンを学問的俎上に載せる」『ナレッジサイエンス（改訂増補版）』近代科学社
3. レイヴ、J.、1995、無藤隆ほか訳『日常生活の認知行動：ひとは日常生活でどう計算し、実践するか』産業図書
4. ケリー、T. & J. リットマン、2006、鈴木主税訳「人類学者 The Anthropologist」『イノベーションの達人！：発想する会社をつくる10の人材』早川書房
5. 松田素二・川田牧人編『エスノグラフィ・ガイドブック：現代世界を複眼で見る』嵯峨野書院
6. Baba, M., 2006, Anthropology and Business. H. J. Birk (ed.) Encyclopedia of Anthropology. Sage Publications.
7. Denny R. M. and P. L. Sunderland (eds.), 2014, Handbook of Anthropology in Business. Left Coast Press.

■関連科目

なし

■履修条件

なし

■講義計画

1. イントロダクション
2. 文化人類学の視角（1）
3. 文化人類学の視角（2）
4. 文献調査と現場調査
5. 生活者の実践を捉える（1）
6. 生活者の実践を捉える（2）
7. 産業・経営と文化人類学
8. 事例紹介とディスカッション（1）
9. 事例紹介とディスカッション（2）
10. ビジネスエスノグラフィ（1）（ゲストスピーカー パロアルト研究所（PARC）伊賀聡一郎氏）
11. ビジネスエスノグラフィ（2）（ゲストスピーカー パロアルト研究所（PARC）伊賀聡一郎氏）
12. 演習：観察と記述（1）
13. 演習：観察と記述（2）
14. 演習：ディスカッションと発表

■準備学習等の具体的な指示

参考書の1に事前に目を通すこと。配付資料を通して復習をし、次の授業への備えをしておくこと。

■評価の観点

エスノグラフィの基礎に関する理解度

■評価方法

授業への貢献度および課題発表、レポートから評価する。

■評価基準

授業時の貢献度（20%）、グループおよび個人課題発表（30%）、課題レポート（50%）

科目番号	K459	単位数	2
授業科目名	情報産業サービス化論 Servicing Business Trend in Information Industries		
担当教員	神田 陽治、赤津 雅晴、湯浦 克彦		

■達成目標

情報産業のサービス化の最新動向と技術動向を理解できる。さらに、情報産業のサービス化を自ら企画・実行するスキルを獲得して、情報産業のサービス化を自ら企画・実行できる。

■概要

情報産業は転換期を迎えており、ハードウェアやソフトウェアの製品販売で収益を上げられていた時代は終わり、サービスを中心に据えた事業構造への移行が急務である。この転換期を生き残るには、企業内に閉じた業務変革では不十分であり、情報産業全体や社会インフラに渡る事業変革にまで視点を広げることが必要である。本講義では、情報産業のサービス化の最新動向と技術動向を概観し、情報産業のサービス化や社会インフラのサービス化事例を解説する。加えて、情報産業のサービス化を自ら企画・実行できるように、企業活動に関する全体像をどう作り、企業向け IT サービスの合意をどう形成し、その中で個別業務をどのように具体化していくかのスキルを伝授する。全体を通して、適宜、講義とグループワークを組み合わせる。以上を通して、自らが、情報産業のビジネスのサービス化を企画・実行する実践力を身に付ける。

■教科書

オリジナル資料を配付

■参考書

なし

■関連科目

なし

■履修条件

なし

■講義計画

1. 情報産業を巡る動き概観 (1) : 情報産業の過去、現在 (神田)
2. 情報産業を巡る動き概観 (2) : 情報産業の未来 (神田)
3. 情報システム技術を活用したビジネス革新 (1) : IoT、ビッグデータ等の IT 技術を活用したビジネス革新のアプローチ (赤津)
4. 情報システム技術を活用したビジネス革新 (2) : エネルギー、インダストリー、ヘルスケア等、IT による高度化の実践事例 (赤津)
5. 情報システムの経営価値向上 (1) : 情報システムの目的と経営価値の変化、IT サービス戦略策定のためのアセスメント (赤津)
6. 情報システムの経営価値向上 (2) : サービスレベルアグリーメントの策定手法 (赤津)
7. サービス化技術 (1) : サービスの本質とモデル化 (神田)
8. サービス化技術 (2) : サービスの各種記述法 (神田)
9. 情報産業のサービス化事例 (1) : フィールドイノベーションのコンセプト (神田)
10. 情報産業のサービス化事例 (2) : フィールドイノベーションの事例 (神田)
11. IT を用いたビジネスサービスの体系 (湯浦)
12. 社会ネットワーク応用サービスの立案演習 (湯浦)
13. IT サービスのデザインと人材育成 (湯浦)
14. サービス・インテグレーションの立案演習 (湯浦)

■準備学習等の具体的な指示

自身が所属する企業や団体が提供している製品やサービスについて、その現状と限界について、様々な角度から考えておくこと。

■評価の観点

- ・情報産業と情報技術概観に関する基礎理論の理解度および応用力による
- ・サービス化技術に関する基礎理論の理解度および応用力による
- ・情報産業のサービス化事例に関する基礎理論の理解度および応用力による
- ・情報システムの経営価値向上に関する基礎理論の理解度および応用力による
- ・情報システム技術を活用した社会インフラサービスに関する基礎理論の理解度および応用力による
- ・ビジネスを計画しアーキテクチャを設計するスキルを高めようとする意欲と前進を評価する

■評価方法

レポート、講義での発表・議論への貢献度

■評価基準

レポート (70%)、講義での発表・議論への貢献度 (30%)

科目番号	K461	単位数	2
授業科目名	IT サービスアーキテクチャ論 IT Service Architecture		
担当教員	松塚 貴英、宗像 一樹		

■達成目標

企業の IT システムでは、高品質なサービスソリューションの迅速な構築・提供が求められている。そのため、本科目では企業での IT システムにおけるサービス提供のためのソフトウェア工学技術を体系的に学び、アーキテクチャとその要件をまとめられるようになる。

■概要

企業 IT システムのソフトウェア工学およびソフトウェアアーキテクチャの歴史や変遷、現在の動向について解説するとともに、IT システム構築におけるソフトウェアライフサイクル・現在主流のアーキテクチャ・開発および保守プロセス・クラウドコンピューティング等について理解する。以上を通して、ビジネスの革新、新サービスの創出を推進する上での情報システムの占める役割の大きさについて理解を深める。

■教科書

資料を配付する。

■参考書

指定しない

■関連科目

なし

■履修条件

なし

■講義計画

1. ソフトウェア工学概論 (松塚)
2. ソフトウェアのライフサイクル (松塚)
3. 要求工学 (宗像)
4. ソフトウェアテスト技術 (宗像)
5. 分散システム (松塚)
6. Web サービスと REST (松塚)
7. クラウドコンピューティング技術 (松塚)
8. 前半のまとめおよび中間試験 (松塚)
9. 形式手法 (宗像)
10. 設計・プログラム検証 (宗像)
11. ビッグデータ技術 (松塚)
12. ソフトウェア工学について演習 1 (松塚)
13. ソフトウェア工学について演習 2 (松塚)
14. 後半のまとめおよび最終試験 (松塚)

■準備学習等の具体的な指示

自身が開発に関わったことのあるシステムや、自身が利用したことのある情報システムを選び、概要と問題点について考え、A4 1 ページ程度で整理しておくこと。

■評価の観点

ソフトウェア工学、企業システムアーキテクチャ、情報システム構築技術の理解度および応用力による。

■評価方法

試験、講義・演習での発表・議論への貢献度による。

■評価基準

中間試験 (30%)、最終試験 (30%)、講義・演習での発表・議論への貢献度 (40%)

科目番号	K463	単位数	2
授業科目名	インターネットサービスシステム論 Methodology of Internet Service Development		
担当教員	神田 陽治、山上 俊彦、高橋 浩		

■達成目標

インターネットサービスシステムの最新動向・技術動向を理解し、インターネットサービスのビジネスを自ら企画・実行する基礎知識とスキルを修得する。

■概要

インターネットサービスとは、インターネットの技術を用いて、インターネット上に構築され、インターネットを介して提供されるサービスのことである。今やインターネットサービスを抜きにして、サービスのイノベーションを議論することはできない。インターネットサービスシステムの最新動向や技術動向を理解することは重要である。しかしながら、先行者のみが生き残れるとされるインターネットサービスビジネスの世界では、動向を理解するだけでは、サービスイノベーションを自ら創り出すことはできない。本講義では、クラウドサービスやソーシャルサービスなどのインターネットサービスシステムの最新技術や最新事例を概観後に、インターネットサービスビジネスを自ら創り出すための基礎知識の修得を目指す。インターネット技術、コンサンプションエコノミクス、グロースハック、行動誘導技術、サービスのプラットフォーム化、デジタル世界のビジネスモデルなどについて解説する。全体を通して、適宜、講義とグループワークを組み合わせる。

■教科書

オリジナル資料を配付

■参考書

1. コンサンプションエコノミクス (J・B・ウッド, トッド・ヒューリン, トーマス・ラー)、日経 BP 社 (2013/2/21)
2. Robert F. Lusch, Stephen L. Vargo, Service-Dominant Logic: Premises, Perspectives, Possibilities, Cambridge University Press (2014/1/30)
3. 仮想世界錬金術—モバイルソーシャルアプリに見る現代デジタルコンテンツ革命 (山上 俊彦)、ACCESS (2011/2)
4. 成功のための“習慣獲得術”人間心理と最新コンピュータ理論活用術 (山上俊彦)、Sweet Thick Omelet (2012/12/26)
5. ワイドレンズ-イノベーションを成功に導くエコシステム戦略- (ロン・アドナー)、東洋経済新報社 (2013/2/21)
5. ザ・セカンド・マシン・エイジ (エリック・ブリニョルフソン、アンドリュー・マカフィー)、日経 BP 社 (2015/7)

■関連科目

なし

■履修条件

なし

■講義計画

1. インターネットサービス概論(1): インターネットの過去、現在、未来 (神田)
2. インターネットサービス概論(2): インターネットサービスを支える技術 (神田)
3. 行動誘導技術 (1) : 行動誘導技術による地域マーケティング入門 (山上)
4. 行動誘導技術 (2) : 行動誘導技術演習前編 (山上)
5. 行動誘導技術 (3) : サービスイノベーションのためのグロースハック入門 (山上)
6. 行動誘導技術 (4) : 行動誘導技術演習後編 (山上)
7. コンサンプションエコノミクス (1) : 消費中心経済への流れ (神田)
8. コンサンプションエコノミクス (2) : 企業経営に求められる変化 (神田)
9. サービスエコシステム (1) : インスティテューションの役割 (神田)
10. サービスエコシステム (2) : サービスプラットフォームの役割 (神田)
11. サービスのプラットフォーム化 (1) : インターネットサービスの基本認識 (高橋)
12. サービスのプラットフォーム化 (2) : インターネットサービスビジネスの分析手法 (高橋)
13. サービスのプラットフォーム化 (3) : インターネットサービスビジネスへの取組み手法 (高橋)
14. サービスのプラットフォーム化 (4) : 変革への取組みとビジネスモデル論 (高橋)

■準備学習等の具体的な指示

身の回りにあるサービスについて関心を持ち、新規性やビジネスモデルを考えておくこと。そして、それを習慣にすることが望ましい。

■評価の観点

各講義項目の理解度の観点から評価する。

■評価方法

各講師から出るレポート

■評価基準

レポートの評価点の担当時間数による加重平均

科目番号	K440	単位数	2
授業科目名	マーケティング論 Marketing Management		
担当教員	山岡 隆志、白肌 邦生		

■達成目標

マーケティングの本質と発想を理解し、顧客視点に立って、実業で使えるマーケティング方法論を身につける。また、マーケティングの対象は製品だけでなくサービスも包含する。受講生は基礎的なマーケティングの考え方を修得することができる。

■概要

(1) マーケティングの基礎と考え方を理解してもらい、ミニケースを利用して実業で使えるマーケティングの修得を目指す。このために、マーケティング基礎理論の授業とケーススタディによる議論やグループワークによる演習、レポート提出など、立体的な学習を取り入れる。

(2) サービスの重要性の高まりの中で、マーケティングの一つの分野であるサービスマーケティングに関して、基本的な考え方と新しい取り組みについて、教科書と実例によって理解する。

■教科書

(1) コトラー&ケラーのマーケティングマネジメント 基本編 フィリップ・コトラー、ケビン・レーン・ケラー著、ピアソン・エデュケーション、2008

(2) ラブロック&ウィルツのサービスマーケティング、クリストファーラブロック&ヨヘンウィルツ著 ピアソンエデュケーション、2008

■参考書

山岡隆志著 顧客の信頼を勝ちとる18の法則—アドボカシー・マーケティング、日本経済新聞社、2009

■関連科目

K411 知識経営論、K420 研究開発マネジメント論

■履修条件

特になし

■講義計画

1. マーケティングとは何か マーケティングの範囲
2. マーケティング・フレームワーク
3. 新商品マーケティング、チャネルマーケティング
4. 価格戦略、コミュニケーション
5. リレーションシップマーケティング
6. アドボカシーマーケティング
7. サービスマーケティング (1)
8. サービスマーケティング (2)
9. 新しいマーケティング方法論 (1)
10. 新しいマーケティング方法論 (2)
11. サービス劇場モデルとその応用
12. 米国マーケティング分野の動向
13. マーケティングとサステナビリティ論
14. グループワークと評価

■準備学習等の具体的な指示

事前に指定教科書を読んでおくことを推奨する。

■評価の観点

マーケティングの基礎と発想法の習熟度、顧客視点のマーケティングの理解度および実践応用力

■評価方法

クラスへの貢献度 (発表、討論)、レポート評価、グループワーク評価

■評価基準

クラスへの貢献度30%、レポート評価50%、グループワーク評価20%