

授業計画（シラバス）

科 目 名	サービスマーケティング I	学科・コース	国際コミュニケーション学科 サービス通訳コース		
学年	1年	時限数	64時限	講師	中西功

実務経験・関連資格	企業営業戦略実務経験者
-----------	-------------

【授業内容、到達目標】
ビジネスパーソンに必要な基礎知識の習得を目的とします。 今後就業する際、最低限必要な経済用語、事業活動、マーケティング活動等の用語の理解を目指します。

【授業方針・評価方法】
【授業方針】 企業を取り巻く社会、経済情勢、企業活動に関する基礎的な用語の説明をし、実際のケーススタディー（事例）からの理解を深めます。 【評価方法】 定期試験は行わず、理解度テスト、もしくは適宜レポートを提出させ、評価し学生にフィードバックしていきます。評価は総合評価として学校の基準によりABCDEの5段階で評価する。Eは単位認定不可とする。

【この授業で狙える資格、検定試験】
特になし

【他科目・他クラスとの関連可能要素】
当該科目、就職に関連する情報入手が可能な他科目、クラスがあれば内容を共有したいと思います。

【使用テキスト・教材、参考文献】
毎回、独自資料をPPTで作成し、授業ごとに活用します。

学習計画（授業スケジュール）

週 目	授業課題（テーマ）	学習目標	キーワード
1	授業内容／方針	授業内容・方針の理解	企業活動の概要
2	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	外部環境分析
3	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	外部環境分析
4	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	内部環境分析
5	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	内部環境分析
6	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
7	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
8	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
9	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
10	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
11	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
12	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
13	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
14	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
15	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス
16	基本知識	事業活動・マーケティング用語の理解	マーケティングプロセス

週目	授業課題（テーマ）	学習目標	キーワード
17	ポジショニング戦略と「顧客の特定」①	身近なパン屋さんを事例に「顧客の特定」のイメージをつかむ	コトラー 市場調査
18	ポジショニング戦略と「顧客の特定」②	市場調査の6つの視点	デモグラフィックス環境 経済環境
19	セグメンテーション事例	銀だこハイボール道場を事例に「セグメンテーションの必要性」を理解する	STP 消費者ニーズの多様性
20	特別講義①	会社のお金の流れ（会計の仕組み）	簿記、会計、決算、投資
21	顧客のニーズ（発展）①	日本市場（消費市場）を細分化し、市場ごとのニーズの違いを知る	AIDMAの法則 「おひとりさま」 「ロストジェネレーション」
22	顧客のニーズ（発展）②	日本市場（消費市場）を細分化し、市場ごとのニーズの違いを知る	西日本と東日本（食文化は違う）
23	特別講義②	流行・ブームの回帰現象 未来の予測を立てる	温故知新
24	マーケティング活動（季節別）	「年末商戦」の意味を理解し、どのような戦略がなされるか 2021年上期の人気商品から予測する	年末商戦、採用マーケティング
25	「採用マーケティング」	採用活動に応用されているマーケティング	求人媒体 求人倍率
26	SWOT分析	事業を実現する機会を分析する手法	SWOT 強み・弱み KFC
27	企業理念・ビジョンを明確化する	新たな時代に対応した戦略を発見するために、自らの「志」を確認する	事業ドメイン ありたい姿 クレド
28	ブランド戦略①	ブランドとは何か、ブランディングなぜ重要なのか	差別化戦略
29	デジタルマーケティング①	デジタルマーケティングの意義 種類	DX SNS 広告代理店
30	デジタルマーケティング②	デジタルマーケティングの成功例 課題	DX インフルエンサー
31	日本の姿	日本でのマーケティング活動の前提情報としての日本の歴史・地理・政治他全体像を総括する	市場調査5つの視点（復習）
32	日本で活躍するために	外国人の起業の注意事項 新入社員心得（経営戦略的視点）	ドラッカー、孫子