

<資料>

西オーストラリア大学におけるサービス・マーケティング教育

白 井 義 男

資料は、先に千葉経済大学経済論叢第23号に発表したアーツ・マネジメント教育と同様、西オーストラリア大学における短期在外研究資料（1999）により作成した。

1. 西オーストラリア大学 インフォメーション・マーケティング学科

(The University of Western Australia : Department of information Management and Marketing)

この学科におけるサービス・マーケティングに関する科目としては、以下の二つの科目が設定されている。

Marketing Services 311 (undergraduate school)

担当者： Dr. David Austine Webb (Lecturer).

Dr.Jill Sweeney(Senior Lecturer)

Advanced Marketing Services 463 (graduate school)

担当者： Dr. Jill Sweeney (Senior Lecturer)

2. Service Marketing 教育：シラバスの概要

- 1) Marketing Services 311 (除く：Primary Text, Articles for Case Study, Lecture Schedule, Tutorial Schedule)

オーストラリアにおけるサービスは、主要な産業を含み、そして企業数も増加している。このユニットの目的は、サービス・マーケティングにおけるスキルと理解力を学生に提供することである。それゆえ、学生は、すでにマーケティング・マネジメントで学習したマーケティングの技術的、理論的そして実際の視点をすでに理解していることを想定している。このコースにおいては、実際のケース・スタディが特に強調されるため、本当のサービス会社のケース・スタディが指定されている。

学生はこの単位がいくつかのプロジェクトが必要であることを認識していなければならない。それは、相当な量の読書と準備（主要そしてマイナー・プロジェクト、週ごとの読書とチュートリアル・ケース・スタディ）が必要である。講義は理論的背景を提供するが、経験的学習はあなた自身の手にある。このコースの鍵は、貢献と努力である。Websiteの利用がこのコースをサポートする。

チュートリアルは通常のクラス、ならびにWebを対象としている。掲示板とチャットルーム・セッションは通常のクラスに一部として替わる。学生は、Websiteの利用をコミュニケーション（コース細部、発表、教材、学生同士）のために強く求められる。もしあなたがWebsiteについて有用な情報を見つけ、われわれに知らせてくれれば、それを他の学生のために加えられる。

掲示板（bulletin board）の利用

Websiteには、2つの掲示板が学生相互のために用意されている。1つは、一般的な掲示板で、学生相互の質疑応答である。これはすべての学生に対してオープンである。これに対し個別の掲示板は、特定のケースに対するチュートリアル・グループのディスカッション用掲示板としての利用に限られている。

目的

このユニットを終了した学生は、幅広いサービスの諸問題に対し、的確なサービス・マーケティングの知識と自信を持つ。

コースの評価

グループ・プロジェクト	30%
チュートリアル・クラスとチャット・ルーム	10%
掲示板ケース・スタディ	10%
試験	50%

最終的な評価は、クラス全体における調整による。

グループ・プロジェクト

このプロジェクトは、あなたに対し、あなた個人の考えによるサービスの再構築を求めている。たとえば、組織、顧客、競争、産業などの情報を集めるための探検的な調査の実施；サービス・デザイン理論の学習；新しいサービスのデザインの作成など。

グループを作成した後、あなたがチューターの支援を受けるためにサービス組織に関して報告をする。

1. 名前と学籍番号
2. サービス組織の名前と定義。
3. サービス組織の再構築の理由（例；新しい市場、より効果的に、顧客不満足最小化、サービス・クオリティの拡大、顧客満足と顧客ロイヤリティ）
4. あなたがインタビューを予定しているサービス組織と産業の人々（例；

サービス・スタッフ、マネージャー、サービス組織やライバル会社や関係する会社の顧客)。10人程度のスタッフとのインタビューを勧める。組織の大きさにもよるが、可能であれば15－20人の許可を取る必要がある。

5. 彼らへの質問 (例; ターゲット・マーケット、顧客が何を望んでいるか、どのような苦情を顧客から受けているか)
6. 他の情報源からの情報 (例; 産業協会からの情報、新聞、あなた自身の経験)。
7. Websiteにプロジェクトの要旨(30 words)を載せること。

締切日

1. 指定日に最大8000 words または、付属資料を除いて30ページ。
ダブルスペース、12ポイント、1インチ。

詳細は学期の初めに渡す。

掲示板ケース・スタディ

学生は、websiteの討論に参加しなければならない。チュートリアルของกลุ่มごとに行われ、掲示板に他の学生との討論を載せなければならない。評価は量ではなく、質でなされる。類似のケースなどを読み、討論する必要がある。

チュートリアル・クラスへの貢献度

他のケース・スタディーは、対面式で行われる。ケースの終わりには、公開されていない保管用の読み物を読み、質問に答えなければならない。同様に討論に参加するために論文、資料を読まなければならない。

学生の参加は、5 P'sで示すことができる。

出席 (Presence)

9回（45分）の対面式チュートリアルがある。3回の欠席はこのユニットの失格を意味する。各回の題材に対し、相当の予習が必要となる。

予習 (Preparation)

学生は、予定の資料・ケース そしてテキストの関連の章を予習しなければならない。同時に掲示板に掲載されたグループディスカッションを見なければならない。この教材は、ケース・スタディやリーディングの答えに利用される。

参加 (Participation)

予習をしてこないと、討論は実りある成果をあげる事ができない。評価は出席ではなく実際の参加度により行われる。討論への貢献度は、量ではなく質により評価される。

時間厳守 (Promptness)

学生は、チュートリアルに遅れ討論を混乱させてはならない。

専門的な行動 (Professional Behavior)

不適切な行動を大目に見ることはない。途中で退室するときは、事前に許可を取り、後部座席の出口のそばに座り、仲間や講師に迷惑にならないようにしなければならない。これを守らない場合は、欠席とする。

チャット・ルーム セッション

チュートリアルの最終2回は、コンピュータ・ラボにおけるチャット・ルーム・セッションによって行われる。あなたはこのうちの1回に参加すればよい。このセッションは、1.5－2時間続く。

チャット・ルームの義務

あなたは以下の3つの項目を利用し、顧客としてマーケティング・サービス 311の枠組みを提出し、他のフレーム・ワークのコメント、そして自

分自身のフレーム・ワークの防御をしなければならない。

- ・ Binter, Mary jo, Faranda William T, Hubbert, Amy R and Zeithaml, Valery A. (1997)
- ・ Bettencourt, Lance A (1997)
- ・ Grove, S.J. and Fisk, R.P. (1997)

これらのコピーは、後日与えられる。

学問における不誠実さ

大学が受け入れることのできない行為を行ったときは、大学の規則により処分する。この記録は、学生の記録として永久に保存される。

主要なテキストおよび参考図書

以下省略

筆者コメント

講義は3時間、半期13週が計画されている。クラスは、100人を超えない程度の人数で、ノート・パソコンから直接プロジェクターを利用し講義が進められていた。他の学部におけるマーケティングの授業においても、クラスの人数は比較的多かった。教材を利用するための機器は利用しやすく教室に配置され、教員の研究室にはデスクトップ、授業にはノート・パソコンが利用されていた。シラバスからもわかるように、パソコンを利用した講義の計画が作られ、これがうまく利用されている印象を受けた。学生には自由に使えるパソコンが大教室に100台以上、また図書館にも、検索用のパソコンのほかに、メールのチェックができるパソコンなどが入り口に置かれており、利用しやすい環境が整備されている。

2) Advanced Marketing Services 463 (除く: Academic Dishonesty, Primary
Text, Lecture Schedule, Seminar Schedule)

このコースは、サービス・マーケティングの理論と実際を学ぶことにある。
具体的には以下の通り。

- ・ 組織体に対するサービス・品質の重要性
- ・ サービス・品質の改善に伴うマーケティング・マネジメントの諸問題
- ・ 相互の経験としてのサービス製品
- ・ サービス・マーケティングに必要とされる一般的技術

このコースは2つのフェーズに分けることができる。1 - 10週目の
Zeithaml & Binterのテキストと、11 - 13週目のサービスの国際化である。

コースの方針

このコースは、大学院のコースであるため、独立した知的探究心により、
個々の責任のもとに学び研究しなければならない。知的独立心は、大学が他の
機関と異なる要因である。知的独立心とは、自己の主張を他の視点と合意または
不合意を定め、これを論理的に考えあなたの能力において自信を深める事である。
多くの場合正解はなく、ただ証拠らしきものによる思考と討論があるのみ。

コースの評価は、個々人の努力を基礎に行われる。コースから得られるものは、
あなたの貢献度による。教授法は、生きた学習効果をあげるため レクチャー、
ワークショップ、セミナーが利用される。クラスは週に3時間のセミナーとして
行われ、ここでサービス・マーケティングの知識を得ることができる。

コースの内容

評価の仕組み

ケースの作成	3 5 %
ケースの分析	1 5 %
ケースの発表 (発表 5 %、分析 5 %)	1 0 %
参加度	1 0 %
Web siteの分析	1 0 %
サービスの国際化プロジェクト	2 0 %

これらを基礎に最終的なグレードが調整される。

主要なプロジェクト ケースの作成 (評点：3 5)

このプロジェクトは2人のグループにより行われる。これは、ある組織の事実や五感による情報からケースを独創的に開発することである。この創造的なアプローチ (ケースの作成) は、ケースの分析とは対照的である。最初によい見本を提示され、次に共同でケースを開発する。ケースの長さは、5,000ー10,000語程度とする。

締切日

プロポーザル

以下のサマリー (2ー3 ページ) を提出しなければならない：

組織体の選択、どのように情報を集めケースを開発するのか、組織体が直面する問題や重要な点。

締切日

ケースの分析 (評点1 5)

他のグループが作成したケースの分析について尋ねられる。ケース分析は、伝統的な方法により同じグループによって完全に分析される。学生はケース

を発表するのではなく、読んだ後セミナーの始まるまでに3,500語にタイプ・アップし、まとめなければならない。

締切日

発表（評点10）

発表は、2つの部分から構成されていなければならない。ケースの執筆者による発表と他のチームによる分析である。これゆえ、各グループは、2つの発表をしなければならない。

Websiteの分析（評点10）

このプロジェクトは、このコースにおける概念に妥当な考え方で行わなければならない。

週に1人の発表者がこれを行う。発表に使用するサイトは、実用的または情報のサイトどちらでもかまわない。学生は、次のことに配慮して発表すること。

1. サービス・マーケティングに対する重要性和妥当性。
2. このサイトの存在意義。
3. このサイトとサービス・マーケティングとの関連性。
4. サイトの見易さ。
5. サイトの魅力。
6. サイトのターゲット。

これらの要旨は学生と講師に配布されなければならない。発表時間は10分を予定している。

参加度（評点10）

このコースは3時間のセミナーが13回ある。3回の欠席は、低い評価また不可を意味する。各々のトピックには予習が要求される。全学生によるディスカッションは、発表の有無にかかわらず下調べとデータ分析を必要とす

る。

サービス国際化プロジェクト

アメリカ企業のオーストラリア進出の分析を行う。第一段階としては組織体の関係。第二段階としては個人の相互関係。学生は短いケースを2回発表しなければならない。これらの分析には、事前に指定の読書をしなければならない。

主要なテキストおよび参考図書

以下省略

筆者コメント

大学院のセミナーも3時間が13週の予定で組まれており、各セミナーには、相当の予習と個別のプロジェクトが組まれている。参加学生は、今回の場合5名であり、偶然に日本人学生が1名いた。欧米で他の学部にも見られるように、学生は、必ずしも学部で経営学系の学部を卒業しているわけではない。講師のDr. J i l l も学部時代は統計学を専攻している（ただし学位は、サービス・マーケティングの分野）。

前期または後期に集中的に学ぶ方法は、長期の夏休みをはさむ通年講義よりも集中して勉学できるのではないかという印象を受けた。またプレゼンテーションには教員のノート・ブック・パソコンが使用されセミナー室の設備もこれに対応していた。

西オーストラリア大学は、5つ星（最高ランク）の評価を受けており、教員ならびに学生の質も高いという印象を受けた。

（しらい よしお 本学助教授）