授業科目	観光マーケティング論				単位	2		
履 修	選択	関連資格			ナンバリング	TO31109J		
開講年次	3	開講時期	前期	該当DP	DP1-4 DP2-1 DP2-2 DP3-1			
担当教員	劉 明							
授業概要	<p>「観光マーケティング論」では、観光サービスに関するマーケティングを取り上げる。旅行業、宿泊業、交通運輸業などの観光産業に特有の観光マーケティング、日本政府観光局や観光まちづくりを担う組織などが主体となるデスティネーションマーケティングを、それぞれ事例をもとに紹介していく。</p> <p>観光を学ぶ学生たちに観光産業及び観光地域でのマーケティング事例を分かりやすく紹介し、それらの事例を通して、観光マーケティングの魅力とその理論のエッセンスを理解してもらうことを趣旨としている。</p> <p>対面授業で実施する。</p>							
学生が達成すべき行動目標	<ol style="list-style-type: none"> 1. 観光マーケティングの概念を理解することができる。 2. 観光マーケティングのプロセスを理解することができる。 3. デスティネーション・マーケティングを理解することができる。 							
達成度評価								
評価と評価割合／ 評価方法	試験	小テスト	レポート	発表(口頭、プレゼンテーション)	レポート外の提出物	その他	合計	備考
総合評価割合	0	0	50	0	30	20	100	
知識・理解 (DP1-1)								
知識・理解 (DP1-2)								
知識・理解 (DP1-3)								
知識・理解 (DP1-4)			10		10	5	25	
思考・判断 (DP2-1)			10		5	5	20	
思考・判断 (DP2-2)			10		5	5	20	
関心・意欲 (DP3-1)			20		10	5	35	
関心・意欲 (DP3-2)								
態度(DP4-1)								
態度(DP4-2)								
態度 (DP4-3)								
技能・表現 (DP5-1)								
技能・表現 (DP5-2)								
技能・表現 (DP5-3)								
具体的な達成の目安								
理想的レベル				標準的なレベル				
示されている3つの目標を達成できると同時に、習得した知識を研究や観光フィールドワーク及びインバウンド観光振興に反映させることができる。				示されている3つの目標を達成することができる。				
授業計画								
進行	テーマ・講義内容			授業の運営方法		学習課題(予習・復習)		予習・復習時間(分)

1	オリエンテーション シラバスの内容、講義の進め方、受講上の注意を説明する。	講義	該当部分の復讐	30
2	テーマ: マーケティング・マネジメント マーケティング発想の経営が生み出すビジネス	講義	該当部分の復讐	60
3	テーマ: サービスによる価値創造のメカニズム ザ・リッツカールトンの感動のサービス	講義	該当部分の復讐	60
4	テーマ: 観光マーケットと購買行動 個人マーケットと団体マーケット	講義	該当部分の復讐	60
5	テーマ: 観光マーケティングの環境分析 風を読み、成功の鍵を見つける手段	講義	該当部分の復讐	60
6	テーマ: 競争の分析 観光市場の細分化とターゲット設定	講義	該当部分の復讐	60
7	テーマ: 観光商品のマネジメント 多様化するニーズへの対応	講義	該当部分の復讐	60
8	テーマ: 価格のマネジメント 航空旅客輸送に見る価格設定	講義	該当部分の復讐	60
9	テーマ: 流通チャンネルのマネジメント 海外旅行が消費者の手元に届くまで	講義	該当部分の復讐	60
10	テーマ: プロモーションのマネジメント 消費者にメッセージを伝える	講義	該当部分の復讐	60
11	テーマ: インターネットのマーケティング より自由な旅行、よりオープンなサービスシステムへ	講義	該当部分の復讐	60
12	テーマ: デスティネーションのマーケティング 「まち」をマーケティングする方法を学ぶ	講義	該当部分の復讐	60
13	テーマ: インバウンドのマーケティング インバウンド集客活動とホスピタリティ・マネジメント	講義	該当部分の復讐	60
14	まとめ 本講義で学習した内容を振り返り、総括する。	講義	総復習	60
15				
16				
17				
18				
19				
20				
21				
22				
23				
24				

25				
26				
27				
28				
29				
30				
理解に必要な予備知識や技能	観光産業とマーケティングの基礎知識があることが望ましい。			
テキスト	資料配布			
参考図書・教材／データベース・雑誌等の紹介	『観光のマーケティング・マネジメント』高橋一夫編著 ジェイティービー能力開発(株) 『観光マーケティング入門』森下晶美著 同友館出版 『観光マーケティング』山上徹著 白桃書房出版 『地域観光マーケティング戦略構築のあり方 -九州のインバウンド観光を事例として』劉明著 くんぷる出版			
授業以外の学習方法・受講生へのメッセージ	1. 旅をすること。 2. 観光書籍・雑誌・新聞をよく読むこと。 3. 少しでも長く勉強を続けること。 4. よく質問すること。			
達成度評価に関するコメント	1. 観光マーケティングは、実社会で必要となる力であるので、しっかりと身に付ける。 2. また、「まち」をマーケティングする方法やインバウンド集客活動方法がしっかりと身に付ける。 3. 「その他」とは、授業態度で評価するということである。			