

授業科目	旅行商品企画論				単位	2		
履 修	選択	関連資格			ナンバリング	TO31111J		
開講年次	3	開講時期	後期	該当DP	DP2-1 DP2-2 DP5-1 DP5-2			
担当教員	劉 明							
授業概要	<p>【実務家教員担当科目】</p> <p>爆買いからコトへ投資、食や健康に対する関心度が高い外国人観光客にとっては、九州にはその希望をかなえる観光地が多いと考える。観光客の志向の変化によって、観光客のニーズに合った九州旅行商品の造成が求められている。</p> <p>「旅行商品企画論」では、担当教員が大手旅行会社での15年間勤務経験を生かして、実務家教員として、このような観光客のニーズの変化を分析し、他地域と差別化できる九州の観光資源及び独特なもの・コトを考察し、九州におけるインバウンド旅行商品の造成プロセスを教授する。</p> <p>また、演習として学生が自分の馴染みの地域を選んで、そこでのフィールドワーク(FW)活動を通して、観光客のニーズに合った旅行商品の企画をする。さらに、グループディスカッションで学生同士の交流を行い、その成果について、発表を行う。</p>							
学生が達成すべき行動目標	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 観光客の志向の変化を理解することができる。</li> <li>2. 九州の観光資源及び独特なもの・コトを把握することができる。</li> <li>3. 九州におけるインバウンド観光商品の造成プロセスを理解することができる。</li> <li>4. 旅行商品企画を通じて、マーケティングとフィールドワークの大切さを理解できる。</li> <li>5. 商品発表を通じて、プレゼンテーションのレベルを高めることができる。</li> </ol>							
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	30	50	0	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)								
思考・判断 (DP2-1)			5	10		5	20	
思考・判断 (DP2-2)			5	10		5	20	
関心・意欲 (DP3-1)								
関心・意欲 (DP3-2)								
態度(DP4-1)								
態度(DP4-2)								
態度 (DP4-3)								
技能・表現 (DP5-1)			10	15		5	30	
技能・表現 (DP5-2)			10	15		5	30	
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				
1. フィールドワークの計画を立て、実行できる。 2. 旅行商品企画を通じて、マーケティングを応用できる。 3. 商品発表を通じて、プレゼンテーションのレベルを高めることができる。				1. フィールドワークの重要性を知ることができる 2. マーケティングの基礎知識を身につけることができる。 3. パワーポイントを使って商品のプレゼンテーションをすることができる。				
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	復習	30
2	旅行商品とは何か	講義	該当部分の復習	60
3	旅行商品の種類と特性	講義	該当部分の復習	60
4	旅行商品とマーケティング(1) 観光マーケティングの視点から	講義	該当部分の復習	60
5	旅行商品とマーケティング(2) 売り手と買い手の視点での4P	講義	該当部分の復習	60
6	旅行商品造成のプロセス・企画(1) 市場分析について	講義	該当部分の復習	60
7	旅行商品造成のプロセス・企画(2) 商品開発方針について	講義	該当部分の復習	60
8	旅行商品造成のプロセス・企画(3) 商品造成・流通の基本的な構造について	講義	該当部分の復習	60
9	自主 FW(1)	グループごとにFW を行う(休日利用)	FW まとめ	60
10	自主 FW(2)	グループごとにFW を行う(休日利用)	FW まとめ	60
11	旅行商品の企画事例研究(1) -旅行会社の旅行商品企画を事例として	講義	該当部分の復習	60
12	旅行商品の企画事例研究(2) -旅行会社の旅行商品企画を事例として	講義	該当部分の復習	60
13	旅行商品の企画事例研究(3) -旅行会社の旅行商品企画を事例として	講義	該当部分の復習	30
14	商品発表(1) 履修学生による発表(上)	グループごとに商 品発表をする	該当部分の復習	30
15	商品発表(2) 履修学生による発表(下)	グループごとに商 品発表をする	総復習	60
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	旅をよくすることと九州におけるインバウンド観光に関心があること。			
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	『観光マーケティング入門』 森下晶美著 同友館出版 『売れる旅行商品の作り方』太田久雄著 同友館出版 『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	<ul style="list-style-type: none"> <li>・マーケティングの知識は、広くビジネスの社会で通用する知識である。しっかりと学ぼう。</li> <li>・フィールドワークは、グループごとに土日などに適宜行う。授業3回分程度を充当する。</li> <li>・商品制作と発表は、グループごとに行う。履修人数により割り当てる授業回数に変化する。</li> </ul>			
達成度評価に関するコメント	達成度評価の「そのほか」とは、授業への参加・貢献度です。単に出席しているだけでなく、(意義のある)意見を発言してくれたり、積極的に質問・提案をしてくれたり、といったことが評価されます。			

