授業科目	観光マーケティング論					実務家教員担当科目	-
単位	2	履修	選択	開講年次	3	開講時期	前期
担当教員	劉　明						
授業概要	「観光マーケティング論」では、インバウンド観光に関するマーケティングを取り上げる。日本全国と九州での外国人観光客誘致の現状を踏まえて、九州・上海を研究対象地域とした意味や観光マーケティングの定義等を明らかにし、受入側と送出し側のミスマッチ（課題）及びそのズレをどうやって埋めていくのか（課題の解決策）を明らかにする。 　観光を学ぶ学生たちに日中両国における国際観光政策の歴史展開と九州におけるインバウンド観光への影響、また、中国人観光客誘致の目標達成に向けた具体的なマーケティング戦略を策定するプロセス及び日本との対比に見る中国人の人間関係の特徴、商慣習等について、分かりやすく分析する。さらに、観光産業の優秀な担い手を抜本的に育成・強化し、観光産業の競争力を大幅に高めていくための「即戦力となる地域の実践的なインバウンド観光人材」の育成方法を明らかにする。それと同時に九州地域におけるインバウンド観光の発展にとっても参考になる地域観光マーケティング戦略構築のあり方を提示する。						
授業形態	講義			授業方法	Google フォームを利用して理解度を測る		

学生が達成すべき行動目標	
標準的レベル	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．日中両国における国際観光政策の歴史展開を理解することができる。 ３．地域観光マーケティング戦略構築を理解することができる。 示されている３つの目標を達成することができる。
理想的レベル	示されている３つの目標を達成することができると同時に、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。

評価方法・評価割合

評価方法	評価割合（数値）	備考
試験		
小テスト		
レポート	50%	
発表（口頭、プレゼンテーション）	30%	
レポート外の提出物		
その他	20%	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。

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング

DP1	○	DP2	○	DP3	○	DP4	-	DP5	-	ナンバリング	T031109J

学習課題（予習・復習）	１回の学習目安（時間）
復習	4

授業計画

第 1 回	・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。 ・観光マーケティングについて ①定義 ②観光マーケティングと製造業マーケティングとの違い
第 2 回	テーマ：日中国際観光政策の展開と変化 日本の国際観光政策の展開と変化
第 3 回	テーマ：日中国際観光政策の展開と変化 中国の国際観光政策の展開と変化
第 4 回	テーマ：日中国際観光政策の展開と変化 日中観光交流の新展開
第 5 回	テーマ：市場に対するコンセプト・テーマ 観光商品戦略
第 6 回	テーマ：市場に対するコンセプト・テーマ 価格戦略
第 7 回	テーマ：市場に対するコンセプト・テーマ 流通戦略
第 8 回	テーマ：市場に対するコンセプト・テーマ プロモーション戦略
第 9 回	テーマ：日本との対比に見る中国人の人間関係の特徴と商慣習 中国人の人間関係の特徴
第 10 回	テーマ：日本との対比に見る中国人の人間関係の特徴と商慣習 中国人の商慣習
第 11 回	テーマ：九州におけるマーケティングの課題 ①課題と解決策 ②売れる観光商品の造成 ③関係性マーケティング戦略
第 12 回	テーマ：インバウンド観光の人材育成について ①インバウンド観光の人材育成とは ②インバウンド観光の人材育成の方法
第 13 回	テーマ：地域観光マーケティング戦略構築のあり方 ①ミスマッチ解消への指針 ②地域観光マーケティング戦略構築のあり方 ③今後の展開
第 14 回	発表 テーマ：観光マーケティング論を受けて
第 15 回	まとめ

	本講義で学習した内容を振り返り、総括する。
テキスト	『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
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
課題に対するフィードバックの方法	「成績講評」を提示する。
学生へのメッセージ・コメント	マーケティングの基礎知識があることが望ましい。 1．観光書籍・雑誌・新聞をよく読むこと。 2．少しでも長く勉強を続けること。 3．よく質問すること。