

| | | | | | | | | | | | |
|-------------------------|---|------|---------------------------------------|------|---|---|----|-----|---|-------------|----------|
| 授業科目 | 旅行商品企画論 | | | | | 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 | 後期 | | | | |
| 担当教員 | 劉 明 | | | | | | | | | | |
| 授業概要 | <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> | | | | | | | | | | |
| 授業形態 | 講義 | 授業方法 | グループワークやフィールドワークを通して観光商品の造成プロセスを理解する。 | | | | | | | | |
| 学生が達成すべき行動目標 | | | | | | | | | | | |
| 標準的レベル | <ol style="list-style-type: none"> 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。 | | | | | | | | | | |
| 理想的レベル | <ol style="list-style-type: none"> 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。 | | | | | | | | | | |
| 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 | 30% | | | | | | | | | | |
| 発表（口頭、プレゼンテーション） | 50% | | | | | | | | | | |
| 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 | T031111J |
| 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。 |
| 第2回 | 旅行商品について 旅行商品とは何か |
| 第3回 | 旅行商品について 旅行商品の種類と特性 |
| 第4回 | 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 |
| 第5回 | 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 |
| 第6回 | 旅行商品造成のプロセス・企画（1） 市場分析について |
| 第7回 | 旅行商品造成のプロセス・企画（2） 商品開発方針について |
| 第8回 | 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 |
| 第9回 | 自主FW（1） |
| 第10回 | 自主FW（2） |
| 第11回 | 旅行商品の企画実例研究（1） －旅行会社の旅行商品企画を事例として （JTB株式会社） |
| 第12回 | 旅行商品の企画実例研究（2） －旅行会社の旅行商品企画を事例として （近畿日本ツーリスト株式会社） |
| 第13回 | 旅行商品の企画実例研究（3） －旅行会社の旅行商品企画を事例として （日本旅行株式会社） |
| 第14回 | 商品発表（1） 履修学生による発表（上） |
| 第15回 | 商品発表（2） 履修学生による発表（下） |
| 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 くんがる出版 |
| 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。 |

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。

学生への
メッセー
ジ・コメ
ント

- ・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。
- ・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。
- ・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が増える。

