

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	<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>						
授業形態	対面授業			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	<p>1. 観光マーケティングの概念を理解することができる。</p> <p>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。</p> <p>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。</p> <p>示されている3つの目標を達成することができる。</p>
理想的レベル	<p>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。</p>

評価方法・評価割合

評価方法	評価割合（数値）	備考
試験	0	
小テスト	0	
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	0	
その他	20%	意見を発言したり、積極的に質問・提案をしたり、といったことが評価される。

カリキュラムマップ（該当 DP）・ナンバリング

DP1 O DP2 O DP3 O DP4 - DP5 - ナンバリング T0311091

學習課題（予習・復習）

子目跡選（子目　後目）

經典 | 五

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	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

第3回	テーマ：サービスによる価値創造のメカニズム ザ・リツカールトンの感動のサービス
第4回	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
第5回	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
第6回	テーマ：競争の分析 観光市場の細分化とターゲット設定
第7回	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
第8回	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
第9回	テーマ：流通チャ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
第10回	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
第11回	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
第12回	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
第13回	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
第14回	発表 テーマ：観光マーケティング論の授業を受けて
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	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
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	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。