

第 3 回	テーマ：サービスによる価値創造のメカニズム ザ・リッ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
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。