

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
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 4 P
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	旅行商品の企画実例研究 －旅行会社の旅行商品企画を事例として
第 10 回	グループワーク（１） 旅行商品の定義と特性等
第 11 回	グループワーク（２） 売れる旅行商品とは
第 12 回	グループでの FW（１）
第 13 回	グループでの FW（２）
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 くんぷる出版
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。
学生へのメ ッセージ・ コメント	<p>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。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・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。