

授業科目	観光マーケティング特講 Tourism Marketing			担当教員	谷口 佳菜子		
展開方法	講義	単位数	2単位	開講年次・時期	1・2年／前期	必修・選択	選択
授業のねらい							
本講義では、観光地や観光関連企業のマーケティング活動をみながらディスカッションを重ねていくことで、観光分野において重要となるマーケティングの要素を考察していく。							
観点	学生の授業における到達目標			評価手段・方法	評価比率		
関心・意欲 ・態度	授業内で自分の意見を発言することができる。			・授業態度・授業への参加度	20%		
思考・判断	マーケティングの考え方をを用いて、論理的な発言をすることができる。			・授業態度・授業への参加度	30%		
技能・表現							
知識・理解	専門用語を用いて、観光分野に関するマーケティングの事例を分析し、その内容を説明することができる。			・レポート	50%		
出席						受験要件	
合計						100%	
評価基準および評価手段・方法の補足説明							
授業内での発言は、マーケティングの考え方により、論理的に自分の意見を述べているかを重点的に評価する。レポートは、専門用語を正しく理解し、論理的に述べられているかを重点的に評価する。							
授業の概要							
各回のテーマに沿って、観光地や観光関連企業におけるマーケティングの事例を提示する。毎回事例に関する内容のグループ・ディスカッションを行い、観光分野で重要となるマーケティングの要素を考察していく。各回の授業の最後には、まとめとして理論の整理を行う。							
教科書・参考書							
<p>教科書：特に指定しない。必要に応じて資料を配布する。</p> <p>参考書：フィリップ・コトラー、ジョン・ポーエン、ジェームズ・マーキンス著 白井義男監修（2003）：『コトラーのホスピタリティ&amp;ツーリズム・マーケティング（第3版）』ピアソン・エデュケーション。</p> <p>フィリップ・コトラー、ケビン・レーン・ケラー著 恩蔵直人監修（2008）：『コトラー&amp;ケラーのマーケティング・マネジメント（第12版）』ピアソン・エデュケーション。</p> <p>クリストファー・ラブロック、ヨッヘン・ウィルツ著 白井義男監修（2008）：『ラブロック&amp;ウィルツのサービス・マーケティング（第6版）』ピアソン・エデュケーション。</p> <p>参考書は授業内容の理解を深めるために利用してほしい。その他必要に応じて授業中に紹介する。</p>							
授業外における学修及び学生に期待すること							
ディスカッションを中心に授業を進めるため、受講生は授業内での積極的な発言が求められる。ディスカッションをスムーズに行うため、授業内に出てきた専門用語については、その都度復習して理解するようにしておくこと。							

回	テ ー マ	授 業 の 内 容	予 習 ・ 復 習
1	導入 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	本講義で扱う範囲、講義の進め方、評価方法、参考書等について説明する。	予習：シラバスを読む。
2	マーケティングの基礎 (1) <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	マーケティングとは、観光マーケティングとは何かについて考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：マーケティングの定義をまとめる。
3	マーケティングの基礎 (2) <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	マーケティング環境、SWOT 分析について学ぶ。	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、マーケティング環境分析と SWOT 分析を行う。
4	マーケティングの基礎 (3) <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	消費者行動について学ぶ。	予習：配布資料を熟読する。 復習：消費者行動の理論をまとめる。
5	サービス・マーケティング (1) <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	サービス・マーケティングの特徴について考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：サービス・マーケティングの特徴をまとめる。
6	サービス・マーケティング (2) <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	サービス産業のマネジメント戦略について考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：サービス産業のマネジメント戦略についてまとめる。
7	STP <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	市場細分化、ターゲットの設定、ポジショニングについて考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、市場細分化、ターゲットの設定、ポジショニングをまとめる。
8	製品の設計と管理 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	製品の設計と管理について考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、製品の設計と管理についてまとめる。
9	価格の設定 <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	価格の設定について考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、価格の設定を行う。
10	流通チャネル <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	流通チャネルについて考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、流通チャネルの選択を行う。
11	プロモーション <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	プロモーションについて考察する。	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、プロモーションの計画をまとめる。
12	リレーションシップ・マーケティング <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	リレーションシップ・マーケティングについて学ぶ。	予習：配布資料を熟読する。 復習：リレーションシップ・マーケティングの特徴をまとめる。
13	ブランディング <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	ブランドの構築について学ぶ。	予習：配布資料を熟読する。 復習：ブランディングの特徴をまとめる。
14	IMC <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	統合型マーケティング・コミュニケーション (IMC) について学ぶ。	予習：配布資料を熟読する。 復習：IMC の特徴をまとめる。
15	まとめ <span style="border: 1px solid black; padding: 2px;">双方向</span>	本講義で学んだことを総括する。	復習：レポートを作成し、提出する。