

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&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&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&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 双方向	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) 双方向	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) 双方向	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) 双方向	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) 双方向	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) 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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 双方向	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。