

授業科目(ナンバリング)	マーケティング論 (CB208)			担当教員	※海老澤 昭郎		
展開方法	講義	単位数	2 単位	開講年次・時期	2 年・後期集中	必修・選択	選択
授 業 の ね ら い							アクティブ・ラーニングの類型
マーケティングとは客のニーズや欲求を探し求めることである。そしてマーケティングに基づいて製品づくり、商品化、適切な流通ルートにつなげていくのである。対象は広範にわたっているが、農産物から自動車や住まい、つまり衣食住から観光などのサービス産業にまで広範にわたる。本講義では①基礎的なマーケティングの理論を理解すること。②ニーズをつかむための調査。③調査結果の分析について学ぶ。そして、問題の解決策をマーケティングによって考察できるようになることを目的とする。							④
ホスピタリティを構成する能力	学生の授業における到達目標					評価手段・方法	評価比率
専門力	専門である観光分野におけるマーケティング、特に観光客のニーズを把握するための調査を行い、その使用法、調査結果の有効性が理解できる。またその誤用はどのように注意すべきかが理解できる。					随時試験	20%
情報収集、分析力	①調査を実施し、解決すべき問題を明らかにすることができる。 ②マーケティングの専門用語を理解し、代表的なマーケティングの理論を用いて、問題を分析してわかりやすく説明することができる。					レポート	40%
コミュニケーション力							
協働・課題解決力	調査手法を理解することによってその調査結果をどう使えばよいか理解することができる。					随時試験	30%
多様性理解力	マーケティングリサーチを目的によって組み合わせ、利用する立場によって結論を導くことができる。データや調査結果の多様性を理解することができる。					随時試験	10%
出 席						受験要件	
合 計						100%	
評価基準及び評価手段・方法の補足説明							
1. 随時試験の成績を80%とし、筆記試験を行う。 2. 課題レポートは調査の企画(アンケート票の作成)に関するもので40%として評価する。 レポートのフィードバックは授業中に適宜行う。							
授 業 の 概 要							
本講義は、現代のビジネス社会に浸透するマーケティングについて、基本的な理論や手法、用語を学ぶとともに、観光や土産品開発における事例を学ぶ。特に観光的な側面では、観光におけるマーケットリサーチ分野での観光調査について観光客数調査や観光消費額調査のプロセスを学び、合わせて観光客のニーズを考察してレポートにまとめていくこととする。その過程でディスカッションやプレゼンテーションを行う。 授業外学習時間は1日当たり180分とする。							
教 科 書 ・ 参 考 書							
教科書：新版観光マーケティング入門 同友館 2,000円+税 資料配布 参考書：なし 指定図書：石井淳蔵他(2004)：『ゼミナール マーケティング入門』 日本経済新聞社							
授業外における学修及び学生に期待すること							
マーケティングというと特別なものと感じてしまいがちだが、要はどうしたら売れるのかという経済活動の根本的なテーマである。そして、いろいろな商品のマーケティング戦略に思いをはせてみてもらいたい。誰に売りたいのか、どのようなニーズを狙っているのか。それ以外のターゲットはいないのかについて、興味を持って、注意して、想像力を働かしてみしてほしい。							

回	テーマ	授業の内容	予習・復習
1	導入	授業の進め方や評価についてオリエンテーションを行う。	予：シラバスを読んでおく。
2	マーケティングとはなにか	マーケティングの定義や概念について考察する。 (セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、ドメインなど)	予：マーケティングの定義を調べる。 復：マーケティングの専門用語をまとめる。
3	購入のプロセス①	コトラーの「5段階の購買プロセスモデル」 (アイドマ、アイサス、アイサイズ)	復：コトラーのモデルをまとめる。
4	購入のプロセス②	需要創造について禁煙パイポを例に解説する。 (プロデューサーの役割、プロダクトアウト、マーケットイン)商品と4P	復：需要創造についてまとめる。
5	価格戦略とチャネル戦略	4Pのひとつである価格とチャネルについて解説する。	予：商品の価格帯とチャネルについて調べる。 復：レポートの作成
6	プロモーション戦略とブランド戦略	4Pのひとつであるプロモーション戦略とブランド戦略について解説する。	予：プロモーションとブランドを調べる。 復：レポートの作成
7	旅行の意思決定プロセス	アイドマの法則、アイサスの法則による旅行の意思決定プロセスを解説する。	復：旅行の意思決定プロセスをまとめる。
8	SWOT分析	SWOT分析について説明する	復：SWOT分析を自己分析に応用する。
9	製品と商品化戦略	製品の商品化について解説する。	復：商品と製品の違いは何かまとめておく。
10	観光行動における土産品購入と観光客の欲求①	観光客が土産品購入プロセスで抱く6つの欲求を解説する。	復：ハウステンボスで6つの欲求をどう満たすかまとめるが
11	観光行動における土産品購入と観光客の欲求②	6つの欲求を事例(茶の文化館)から解説する。	復：ハウステンボスでカステラをどう販売するかレポートにまとめる。
12	観光マーケティング①	観光リサーチの基礎的な調査項目。	予：配布資料を読んでおく。
13	観光マーケティング②	調査手法、アンケート調査におけるアンケート票の作成手法。	予：配布資料を読んでおく。
14	観光マーケティング③	観光客数の推計手法。	予：配布資料を読んでおく。
15	まとめ	講義全体の総括を行う。	予：本講義で学んだことをまとめる。 復：筆記試験の準備
16	随時試験	筆記試験	筆記試験の準備