

授業科目(ナンバリング)	ツアープランニング (CB219)実践的教育科目			担当教員	板垣 朝之(実務家教員)		
展開方法	講義	単位数	2単位	開講年次・時期	2年・後期	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
旅行商品は、どの様にして創り出されるのか。目的地やルートを選定、価格決定、予約コントロール等はどの様になされて「商品」として消費者の手に届くのか。旅行商品企画、造成上のポイントをパッケージ型企画旅行、団体旅行、WEB販売用商品等まで含めて解説する。旅行会社企画担当業務の基礎を学びその全体像を理解し、また消費者目線で旅行商品を判定できる教養の習得をねらいとする。							②③⑩
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	いつ、何を、どの様なお客様に、どの様な形、価格で提供すれば売れる、喜んでいただけるかを理解することができる。				・定期試験 ・課題レポート	10% 10%	
情報収集、分析力	旅行価格決定に関して、どの様な素材がどの様な価格決定要素になっているのかを理解し、マーケットニーズに沿った商品造成を目指すことができる。				・定期試験 ・課題レポート	30% 10%	
コミュニケーション力	授業に参画し、アクティブラーニングを積極的に実践することができる。				・授業参画度	10%	
協働・課題解決力	どの様な旅行商品素材の魅力を、どの様に切り出して商品化すれば、お客様に訴求できるかを理解することができる。				・定期試験 ・課題レポート	10% 20%	
多様性理解力							
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							
定期試験は択一式を中心に50%評価とする。課題レポートはプランニング作成実習を兼ねて半期1回実施の予定で40%評価とし、内容、提出期限などは授業内で説明する。授業への参画度を10%評価し、これらを総合的に評価する。課題レポートや授業時に記入するリフレクションシートへのフィードバックは適宜ポートフォリオや授業時に行う。							
授業の概要							
ツアープランニング(旅行企画・造成)に必要な基礎知識と旅行商品が生まれるプロセスについて、海外旅行商品のプランニングを例に、担当教員の旅行業界における実務経験と知見に基づく実務の進め方を含む講義形式と、一部実習形式も取り入れながら授業を進める。この授業の標準的な1コマあたりの授業外学修時間は、180分とする。							
教科書・参考書							
教科書・参考書：特に定めない。講義時にレジュメ等を配布し使用する。 指定図書：『フランスものしり紀行』『イタリアものしり紀行』紅山雪夫著 新潮文庫版							
授業外における学修及び学生に期待すること							
ツアープランニングとは、旅行目的地を定め、旅行素材(航空座席、ホテル、観光素材等々)を組み合わせ、どの様な価格を付けて「売れる商品」にするかという業務である。本授業ではツアープランニングの実際を学ぶ事で、広く旅行会社の業務全般を理解できるようなることを期待する。更にツアープランニングに関して最も重要な事は、旅行を企画し、造成し、販売する事はお客様に「夢」を売る商売なのだという事を理解する事である。ツアープランニングの実態や旅行業の在り方といった専門性の高い授業内容のため、単に単位が欲しいだけの学生の受講は求めない。							

回	テ ー マ	授 業 の 内 容	予 習 ・ 復 習
1	旅行商品の組成とプランニングの役割	講義の進め方、お客様に「夢」を売る仕事とプランニングの基本について	予：シラバス読み込み確認 復：旅行プランニングの基本確認
2	ツアープランニングの基礎知識（1）	旅行デステネーション（目的地）はどの様に選択されどの様に組み合わせるのか、基本的考え方を学ぶ。	予：目的地選択要素とは何かを考える 復：選択要素の再確認
3	ツアープランニングの基礎知識（2）	旅行デステネーションと旅行商品素材をどの様に組み合わせるのかの基本的考え方を学ぶ。	予：売れる商品とは何かを考える 復：商品企画要点再確認
4	ツアープランニング実務（1）	素材選定と料金設定をどう調整するのかを学ぶ	予：素材と料金の変動を考える 復：変動要素の再確認
5	ツアープランニング実務（2）	旅行素材の原価とは何かを学ぶ（1） 地上費	予：地上費とは何かの確認 復：旅行商品素材の仕組み再確認
6	ツアープランニング実務（3）	旅行素材の原価とは何かを学ぶ（2） その他	予：原価要素にはどのようなものかを考える 復：コスト管理の重要性再確認
7	ツアープランニング実務（4）	旅行代金設定の方法を学ぶ（1）	予：原価を踏まえた旅行代金設定を考える 復：設定方法の再確認
8	ツアープランニング実務（5）	旅行代金設定の方法を学ぶ（2）	予：旅行代金の違いの理由を考える 復：コスト管理の重要性再確認
9	ツアープランニング実務（6）	ツアーコンダクターの役割とノンエスコートツアーの違いを学ぶ（実務家ゲストスピーカーによる講義）	予：ツアーコンダクターの役割を考える 復：役割の再確認
10	旅行商品の構成要素（1）	旅行商品の素材（航空機、ホテル、）の概要を学ぶ	予：旅行商品素材の内容を考える 復：商品素材の定義再確認
11	旅行商品の構成要素（2）	旅行商品の素材（観光・イベント）+人（添乗員・ガイド）の概要を学ぶ	予：旅行商品素材の内容を考える 復：商品素材の定義再確認
12	団体旅行商品のツアープランニング実務	受注型企画旅行商品（団体旅行商品）のプランニング実務、パッケージ商品との違いについて学ぶ	予：団体旅行とPKG ツアーの違いの確認 復：団体旅行商品の特性の再確認
13	旅行商品の販売について（1）	旅行代理店による販売とその他の販売方法について学ぶ	予：旅行代理店店頭を訪問してみる 復：旅行代理店による販売とその他の販売方法
14	旅行商品の販売について（2）	WEBによる旅行商品販売の方法とWEB専売商品/ダイナミックパッケージ商品の特性とプランニングについて	予：WEBサイトを実際に閲覧、確認する 復：WEB販売の特性の再確認
15	全体のまとめ	ツアープランニングによって旅行商品がどの様にお客様に届けられるかのまとめ	予：復習シートの再確認 復：全体の要点を確認する
16	定期試験		定期試験