

授業科目	観光マーケティング特講 Tourism Marketing			担当教員	森尾 真之 実務家教員		
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							
<p>本講義では、日本国内における地域観光や観光地経営との関係において持続的な旅行業の方向性について考える。特にディスティネーション・マーケティングをテーマにした、事業者、自治体関係者などとディスカッションを通して、今後重要となるマーケティングの要素を考察していく。</p>							
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・参加度	20%		
思考・判断	現状の課題を自分なりに整理し、論理的な発言をすることができる。			授業態度・参加度	30%		
技能・表現							
知識・理解	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							
<p>授業内での発言は、論理的かつ実践的な意見を自分の言葉で述べているかを重点的に評価する。 レポートは、自分自身で考えたマーケティング提案について、論理的に述べられているかを重点的に評価する。</p>							
授 業 の 概 要							
<p>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。</p>							
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。 参考書：高橋一夫・柏木千春編著（2017）『1からの観光事業論』（碩学舎） 森下晶美編著（2020）『新版観光マーケティング入門』（同友館） 十代田朗著（2014）『観光まちづくりのマーケティング』（学芸出版社） 飯田泰之著（2016）『地域再生の失敗学』（光文社新書）</p>							
授業外における学修及び学生に期待すること							
<p>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。特に外部の関係者とのコミュニケーションにおいては、誠実でかつ積極的な姿勢で臨むこと。</p>							

回	テーマ	授業の内容	予習・復習
1	導入	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。 復習：講義構成について理解する。
2	観光地マーケティング	観光の担い手「DMO」について、国が進める仕組みづくりとその機能について学び、観光地マーケティングの基本について学ぶ。	予習：観光庁のHPでDMOに課する基礎的な事項を確認しておく。 復習：観光マーケティングと観光地マーケティングの違いについて理解する。
3	観光地経営（1）	DMOの役割と機能について （海外との比較、日本における設立経緯） 日本におけるDMOの現状と課題	予習：配布資料を熟読する。 復習：DMOの特徴をまとめる。
4	観光地経営（2）	DMO事例研究（都市型） M I C Eを中心とした都市ブランディングを学ぶ。	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。
5	観光地経営（3）	DMO事例研究（地方都市型） 観光まちづくりとはどのようなものを指すのか。 地域活性化につながる取り組みの背景を考える。	予習：配布資料を熟読する。 復習：観光まちづくりの要素について理解する。
6	観光地経営（4） [双方向]	DMO事例研究発表	予習：発表資料を用意する。 復習：ほかの事例と比較して強み・弱みを明確化する。
7	これからの ツーリズム研究（1）	研究対象としてのツーリズムについて	予習：自分の関心のあるツーリズムについて考える 復習：自分の研究を見直す。
8	これからの ツーリズム研究（2）	マーケットセグメントとニーズ 市場側の観光マーケティング（S I T、テーマ型 企画商品）	予習：配布資料を熟読する。 復習：S I T市場を整理し、地域観光の可能性を考える。
9	これからの ツーリズム研究（3）	オルタナティブツーリズムについて （サステナブルツーリズム）	予習：配布資料を熟読する。 復習：事例を用いて、拠点整備目的を整理する。
10	これからの ツーリズム研究（4）	アドベンチャーツーリズム（AT）について	予習：配布資料を熟読する。 復習：ATの概念を理解し、地域における環境整備を考える。
11	マーケティングの手法 （1） [双方向]	具体的な事例を基に、地域の現状を把握し、戦略策定、地域資源の整理、顧客イメージを具体化する。	予習：地域の詳細について調べる。 復習：対象となる地域の可能性について検討する。
12	マーケティングの手法 （2） [双方向]	観光商品の開発について、具体的なプロセスと企画検討シートを作成する。	予習：地域における商品化できるコンテンツを用意する。 復習：シートの内容を検討する。
13	マーケティングの手法 （3） [双方向]	シートの内容について、ディスカッションを行う。	予習：シートの内容を整理する。 復習：具体的な商品化を検討する
14	マーケティングの手法 （4） [双方向]	観光商品の発表を行う。	予習：プレゼン用資料を作成 復習：講評をもとに再精査する。
15	まとめ	本講義で学んだことを総括する。	予習：企画書を提出 復習：学びを振り返る。