

講義名	観光マーケティング論		
科目区分	学部フリーゾーン		
担当教員	柏木 千春		
開講期・曜日・時限	前期 火曜日 4時限	授業形態	
	2019年度 人間社会学部 人間健康学科 スポーツマネジメントコース / 2019年度 人間社会学部 人間健康学科 スポーツ健康コース / 2019年度 人間社会学部 人間健康学科 / 2019年度 人間社会学部 観光学科 ホテル・ブライダルコース / 2019年度 人間社会学部 観光学科 観光事業コース / 2019年度 人間社会学部 観光学科 /		
履修開始年次	2年生	単位数	2
備考			
主題と概要			
課題学修型講義 この講義では、観光サービスに関するマーケティングを取り上げます。航空輸送業、旅行業、宿泊業などの観光産業に特有の観光マーケティング、政府観光局や観光まちづくりを担う組織などが主体となる観光目的地マーケティングをそれぞれ事例をもとに学習していきます。			
到達目標			
マーケティングの重要要素について再確認できる。 マーケティングの重要要素の視点から、観光ビジネスあるいは観光事業を理解できる。 マーケティングの知識を応用して、観光ビジネスあるいは観光事業の問題を理解し、解決策を考えることができる。			
提出課題			
詳しくは、Ryuka Portalの講義連絡を使用して告知します。			
課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバック			
Ryuka Portalを使用してフィードバックします。			
評価の基準			
小テストおよび課題レポート100%			
履修にあたっての注意・助言他			
講義10回分以上の課題提出がない場合は、単位認定できません。			

教科書				
.観光のマーケティング・マネジメント.	高橋一夫	JHRS	2700	978-4-903576-11-4
プリント資料及び参考文献				
適宜、紹介する。				
授業計画				
<ol style="list-style-type: none"> 1. ガイダンス 2. マーケティングマネジメント 3. サービスによる価値創造のメカニズム 4. 観光マーケットと購買行動 5. 観光マーケティングの環境分析 6. 競争の分析 7. 観光商品のマネジメント 8. 価格のマネジメント 9. チャンネルのマネジメント 10. プロモーションのマネジメント 11. インターネットマーケティング 12. ディステーションマーケティング 13. 観光におけるデ・マーケティング 14. インバウンドのマーケティング 15. まとめ 				
授業形態（アクティブ・ラーニング）				
ア	PBL（課題解決型学習）			
イ	反転授業（知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態）			
ウ	ディスカッション、ディベート			
エ	グループワーク			
オ	プレゼンテーション			
カ	実習、フィールドワーク			
準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間				
各回、与えられた課題を行うのに4時間程度の自己学習が必要となる。				
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述				
実務経験の有無及び活用				
旅行会社の実務経験あり。顧客に選ばれる商品の企画、営業など一連のマーケティング活動の経験を活かし、事例の提示と解説を行う。				
備考				
課題学修型遠隔講義を行います。Ryuka Portalの講義連絡を各回の前日には確認するようにしてください。				