

講義名	観光マーケティング論			授業形態	
担当教員	金 承珠	開講期・曜日・時限	前期 火曜日 5 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生
			ナンバリング・コード	TOR260	

**主題と概要**  
 マーケティング界の第一人者であるコトラーは「新しいマーケティングは、ターゲット顧客に対してより優れた価値を創造し、コミュニケーションし、届けること。そして、マーケティングは今、大きく変わるつつある。最新のマーケティングは、マーケティングを企業の成長エンジンと捉える。」としている。近年、デジタルテクノロジーの発展や新型コロナウイルスの影響で観光を取り巻く環境も大きく変容している。このような観光ビジネス環境の変化は、マーケティング戦略や手法に大きな影響を与えると同時に、マーケティングそのものの重要性を高めている。本講義で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観光産業や地域に関わる具体的な事例を交えながらマーケティングの基礎的な概念や理論を理解するとともに、観光マーケティングの手法について学ぶ。

**到達目標**  
 (1) 観光マーケティングの基礎的な理論を学習する。  
 (2) 観光分野における観光マーケティングの役割、必要性・重要性を理解できる。  
 (3) 観光分野のマーケティングの特徴を比較および観光ビジネスに応用・実践について考える。  
 (4) 観光ビジネス環境の特徴や変化に伴い、新しい観光マーケティングや経営戦略のあり方についての理解

**提出課題**  
 課題レポートは、提出期限を厳守すること。期限を過ぎた場合は、いかなる理由があっても受け付けません。

**課題（レポートや小テスト等）に対するフィードバックの方法**  
 講義の約10分前に講義内容の理解を確かめるため講義毎に質問・コメント表作成を行います。（キャンパスクロス）  
 翌週の講義では前回の講義内容に関する質問等に対してできるだけ回答します。

**評価の基準**  
 ・授業回数の3分の1(5回を含む)以上を欠席すると評価を受ける資格がなくなります。  
 ・課題のレポートは、指定した内容でのレポートを提出。  
 ・評価については、授業態度(ミニッツ・ペーパー提出等)30%、課題レポート30%、期末テスト40%で総合的に評価する。  
 ・毎回の出席確認は、キャンパスクロスを用いて実施します。  
 ・「ミニッツ・ペーパー」の提出がない場合、出席は無効とします。

**履修にあたっての注意・助言他**  
 ・教室内での私語および飲食、不要な出入り、携帯電話の使用などは禁止します。(携帯時退室)  
 ・授業開始から20分後の入室は禁止します。

**教科書**  
 ・使用しない。

**参考図書**  
 ・なし。

**その他**  
 ・テキストは使用せず、レジュメや資料中心に授業を進めます。  
 ・講義の理解に役立つ文献や資料等は随時、授業中に紹介します。

**授業計画**  
 第1回：ガイダンス（講義のねらい・概要・スケジュールなど授業の進め方について説明）  
 第2回：観光マーケティングの概念・特性  
 第3回：観光マーケティングと消費者行動  
 第4回：観光とマーケティングの基礎（STP分析）  
 第5回：観光マーケティングの基礎理論（マーケティングミックス）  
 第6回：戦略的観光マーケティング（SOT分析）  
 第7回：観光産業における価値のマネジメント  
 第8回：観光産業における流通チャネルのマネジメント  
 第9回：観光産業におけるマーケティングリサーチ  
 第10回：観光マーケティングにおけるソーシャルメディア  
 第11回：観光産業におけるプロモーション戦略  
 第12回：地域ブランド戦略と観光振興ケーススタディ  
 第13回：インバウンドにおける観光マーケティング  
 第14回：今後の観光マーケティングの課題および展望  
 第15回：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
キ：その他（A-L型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合）	

**準備学習（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間**  
 ・授業で学んだ内容のポイントを整理してまとめてください。（90分程度）  
 ・予習として、次の授業範囲をよく読み内容を整理してください。（90分程度）  
 ・復習はレジュメに基づいて、しっかり行ってください。

**卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連**  
 目標(1)(2)の達成により、観光マーケティングの全体を理解し、基本知識を身につけることができる。目標(1)(2)(3)(4)の達成により時代の変化による観光スタイルも変化する中「持続可能な観光」を維持、推進させるために「観光マーケティング」の役割や必要性について理解し、課題解決に対する応用力を身につけることができる。全目標に取り組みことで観光マーケティングによる「創造的な観光」の視点から地域資源の新たな価値づけ方やその活用方法について理解できる。地域産業・資源を活用した地域振興・まちづくりについて理解を深めることができる。

**双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述**  
 オンライン授業は動画配信によって実施します。授業動画のURL、配付資料等、必要な連絡はRyukaポータル上の「講義連絡」で行います。講義に関する質問に対してはメールやレスポンスでも対応することにします。

**実務経験の有無及び活用**

**備考**  
 シラバスの内容は場合によって変更の可能性があります。