

別紙様式 2

授業科目名	観光マーケティング論	大学名	宇都宮共和大学
科目区分	専門教育科目	開講時期	後期
学部・学科等	シティライフ学部シティライフ学科	曜日	木曜日
必修・選択区分	選択	時限（時間）	4時限（14時40分～16時10分）
標準対象年次	3年次	授業形態	講義
単位数	2単位	授業会場	宇都宮シティキャンパス
担当教員名	渡邊瑛季 専任講師		
電話番号（代表者名）	028-650-6611 （学務課 浮須 [ウキス]）	e-mail アドレス	
オフィスアワー	特に設けず、電話で予約を取ってから質問や相談に応じる。		
授業の概要	<p><授業の概要></p> <p>観光は目の前にある物を販売する商業と異なり、遠くにある目に見えないサービスを販売するという特質がある。また、旅行に行く前に下見をしたり、試食のように試しに行ってみたりするようなことはふつう行われぬ。観光客と観光地はたいして離れているため、観光地が観光客に対してマーケティングを直接することはなかなか難しい。このように、観光や旅行を販売することは、一般的な商業やサービス業とは異なる性質があることを理解する必要がある。本講義では、観光におけるマーケティングの理論と実際について説明する。</p> <p><到達目標></p> <ul style="list-style-type: none"> ・観光におけるマーケティングの基本的な知識・方法を理解することができる。 ・観光における課題を発見し、その解決のためにマーケティングの手法を適切にあてはめることができる。 <p><授業計画></p> <p>第1週 観光マーケティングを学ぶ意義について理解する。また本講義について説明する。 第2週 マーケティングの定義、需要と供給、マーケティングミックス、マーケティング・コンセプトについて理解する。 第3週 セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング、ドメインについて理解する。 第4週 旅行商品が顧客に届くまでの過程について理解する。 第5週 旅行商品特有の購買行動プロセスの諸理論を理解する。 第6週 観光関連企業による市場での競争戦略について理解する。 第7週 受講者が実際の旅行商品を調べ、マーケティング観点から商品特性を分析する。 第8週 ブランド構築の過程、イメージ戦略、ディマーケティングについて理解する。 第9週 旅行商品と観光地のライフサイクルについて理解する。 第10週 観光地を対象としたSWOT分析の手法について理解し、受講者が実践する。 第11週 JALグループによるハワイの観光開発史、顧客獲得戦略について理解する。 第12週 ANAグループによるハワイ旅行の新規顧客獲得のための戦略について理解する。 第13週 観光地におけるマーケティングの必要性和意義について理解する。 第14週 テーマパークにおけるマーケティングについて事例をもとに理解する。 第15週 宿泊施設におけるマーケティングについて事例をもとに理解する。</p> <p><教科書・参考書・教材と入手方法></p> <p>教科書 特になし 参考書等 栗田房穂 (2013) : 『新版ディズニーリゾートの経済学』 東洋経済新報社 (1,760円) 十代田朗編 (2010) : 『観光まちづくりのマーケティング』 学芸出版社 (2,530円) 森下昌美編 (2016) : 『新版観光マーケティング入門』 同友館 (2,200円) 山内孝幸 (2010) : 『すべてはゲストのために—東京ディズニーリゾートに学ぶマーケティング—』 晃洋書房 (2,310円) 吉田春生 (2016) : 『観光マーケティングの現場—ブランド創出の理論と実践—』 大学教育出版 (2,420円) このほか、講義中に随時紹介する。</p> <p><成績評価法></p> <p>期末試験 60%, プレゼンテーション 30%, 授業態度 10% (発表課題は講義中に説明します。)</p>		

