

サービス・マーケティング I

科目ナンバリング CME-201
選択 2単位

金 振晩

1. 授業の概要(ねらい)

本講義では「観光商品」という有・無形の商品(材)をキーワードとして活用ながら、観光客の増大による交流人口の拡大、顧客満足によるリピーターの確保、観光による町づくり等、観光がもたらす効果を理解するとともに、観光マーケティングの理論の考察及び事例研究を通じて、効果的かつ実用的観光マーケティング手法について探求する。また、前期(観光マーケティングI)と後期(観光マーケティングII)の2つに分け、前期は理論研究、後期は事例研究を中心に講義を行う。なお、観光分野の実務家を外部講師として招きして講義を行うこともある。

2. 授業の到達目標

観光商品及び観光産業に対する理解、マーケティング理論に対する理解を深めて、自分の価値について考え直して今後の進路の道筋を設計できることが本講義の大きな目標であり、具体的には下記のようになれることを期待する。

- ・マーケティング理論に基づいて、観光産業の概況が説明できる。
- ・マーケティング理論に基づいて、自分の価値を高める方法がわかる。
- ・マーケティング理論に基づいて、今後の進路について設計できる。

3. 成績評価の方法および基準

小テスト(25%)、期末テスト(50%)、授業態度(25%)。

なお7回以上欠席した場合は、その時点で不合格とする。妥当な理由のない2回の遅刻は欠席1回とする。講義に積極的に参加することを考慮し、成績に反映する。

4. 教科書・参考文献

教科書

テキストの指定はないが、下記の参考文献を参考すること。講義中には資料を配布する。

参考文献

フィリップコトラー・ジョンボーエン・ジェームズマーキンス【著】、平林 祥【訳】 『コトラーのホスピタリティ&ツーリズム・マーケティング 第3版』 ビアソン・エデュケーション
石井淳蔵・栗木契・嶋口充輝・余田拓郎【著】 『ゼミナール マーケティング入門』 日本経済新聞社

5. 準備学修の内容

前回の講義内容を復習してレポートにまとめること。

6. その他履修上の注意事項

- ・マーケティングの基礎を理解してほしい。
- ・観光マーケティングIとII、両方の履修が望ましい。
- ・講義内容を含め、欠席等の出欠については、何でも先生に相談すること。
- ・講義中には、私語・雑談は厳禁。

7. 授業内容

- 【第1回】 ガイダンス・観光産業の理解
- 【第2回】 マーケティングの考え方及び観光における応用可能性
- 【第3回】 マーケティング研究の系譜
- 【第4回】 観光マーケティング理論(マーケティングミックス:7P)①
- 【第5回】 観光マーケティング理論(マーケティングミックス:7P)②
- 【第6回】 観光マーケティング理論(市場細分化・SWOT分析)
- 【第7回】 マーケティング戦略の基本概念①
- 【第8回】 マーケティング戦略の基本概念②・小テスト
- 【第9回】 3C分析(顧客分析と事例)①
- 【第10回】 3C分析(自社分析と事例)②
- 【第11回】 3C分析(競争者分析・事例)③
- 【第12回】 マーケティングの戦略策定(3つの基本戦略)
- 【第13回】 観光商品の開発プロセス
- 【第14回】 人材育成と組織管理
- 【第15回】 総括及びテスト