

サービス・マーケティングⅡ

科目ナンバリング CME-202
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』ピアソン・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くること。

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】 | 観光マーケティング理論の復習① |
| 【第3回】 | 観光マーケティング戦略の復習② |
| 【第4回】 | 観光商品開発 |
| 【第5回】 | 観光商品の流通構造 |
| 【第6回】 | 観光商品の価格戦略 |
| 【第7回】 | 観光商品のプロモーション戦略 |
| 【第8回】 | 観光商品における物理的環境の重要性・小テスト |
| 【第9回】 | 観光商品におけるプロセスの重要性 |
| 【第10回】 | 観光産業における人材育成の重要性 |
| 【第11回】 | 観光商品のプロフィットチェーンの理解 |
| 【第12回】 | 日本の観光振興戦略(オンライン) |
| 【第13回】 | 諸外国の観光振興戦略① |
| 【第14回】 | 諸外国の観光振興戦略② |
| 【第15回】 | 総括及びテスト |