

授業科目名	観光デジタルマーケティング論	担当教員	河田 浩明
必修の区分	選択		
単位数	2単位		
授業の方法	講義		
開講年次	3年第2クォーター		
講義内容	<p>社会のデジタル化の進展により、消費者行動の変化、データ分析技術の発展が進み、マーケティングのあり方も大きく変化している。本講義では、デジタルマーケティングおよび近年急速に注目が高まっているデジタルトランスフォーメーションについて、その基本的な考え方の理解と観光における適用・活用について理解を深めていく。また、各トピックに関連した実習課題に取り組むことで、観光におけるデジタルマーケティング技法を身につけることを目指す。</p>		
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> ・デジタルマーケティングにおける基礎知識・思考方法を身につけることができる。 ・デジタルマーケティングで用いられる分析手法・技法によって、自ら課題解決ができる ・観光地・観光ビジネスにおけるデジタルマーケティングの適用の意義、活用方法について理解している。 		
授業計画	<p>第1回：デジタルマーケティングとは何か？ 社会のデジタル化、デジタルマーケティングの定義、基本概念等について学ぶ。</p> <p>第2回：観光におけるビッグデータ分析① ビッグデータの定義・分析方法やデータサイエンス・AI との関連、観光における利活用について学ぶ。</p> <p>第3回：観光におけるビッグデータ分析② 地域に関する分析プラットフォームである RESAS を用いて、観光地の状況把握に関する実習を行う。</p> <p>第4回：観光とデジタルトランスフォーメーション デジタルトランスフォーメーションの定義、概念、観光における取組等について学ぶ。</p> <p>第5回：消費者行動とデジタルマーケティング① デジタル社会における消費者行動の特質と消費者理解の手法である、カスタマージャーニーマップの考え方と作成方法について学ぶ。</p> <p>第6回：消費者行動とデジタルマーケティング② 観光ビジネスにおけるカスタマージャーニーマップの作成に関する実習を行う。</p> <p>第7回：デジタルマーケティングと集客・プロモーション デジタルマーケティングを活用した集客の考え方と SEO 対策、ネット広告の基礎、観光における集客手法である OTA・メタサーチ等について学ぶ。</p>		

	<p>第8回：デジタルマーケティングリサーチ① マーケティングリサーチの基礎と、デジタルマーケティングにおいて活用されるソーシャルリスニング・検索キーワード分析等の手法・ツールについて学ぶ。</p> <p>第9回：デジタルマーケティングリサーチ② 観光地を対象にソーシャルリスニング・検索キーワード分析を行い、課題抽出と提言について実習を行う。</p> <p>第10回：ホームページのUIとUX① デジタルマーケティングの基礎となるUI（ユーザーインターフェイス）とUX（ユーザーエクスペリエンス）の考え方・技法について学ぶ。</p> <p>第11回：ホームページのUIとUX② UIとUXの観点から事例サイトを題材として、課題・改善案等について議論を深める。</p> <p>第12回：観光地・観光ビジネスにおけるデジタルマーケティング事例 観光地・観光ビジネスにおけるデジタルマーケティングやデジタルトランスフォーメーションの先進事例について学ぶ。</p>
事前・事後 学習	<ul style="list-style-type: none"> ・事前に読んで講義の概要やねらいについて理解を深めておくこと。 ・講義で学んだ内容を整理し疑問点や不明点について確認し復習すること。
テキスト	テキストは使用しない。毎回資料を配付する。
参考文献	西川英彦他編著『1からのデジタルマーケティング』碩学舎、2019年
成績評価 の基準	下記の基準で評価する 講義中の課題 50% レポート 50%
履修上の注意 履修要件	
実践的教育	観光分野の実務経験を持つ教員が、その実務経験を生かして教授することから、実践的教育に該当する。
備考欄	履修者が定員を超過した場合、抽選を行う。