

授業科目名	インバウンドマーケティング論	担当教員	大社 充 小熊 英国 直井 岳人 高橋 伸佳
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3クォーター		
講義内容	<p>本科目では、国境を越えて来訪する国際観光客（外客）に焦点を当て、特にその集客と顧客満足の管理を中心的な課題として取り上げる。そして経営学で発展を遂げてきたマーケティングの概念と手法の応用的な展開により、課題解決への接近方法を学ぶ。具体的には、観光・ホスピタリティ産業におけるマーケティング・ミックス（製品、価格、流通、コミュニケーション）の各分野について、概念、理論、手法、事例を学ぶ。なお、授業の基本的構成は、教員によるレクチャーとレポート課題とする。</p>		
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> ・多様なインバウンド市場を分析的に説明できる。 ・サービス・マーケティングの基礎的な概念、理論、手法を、インバウンド市場に活用できる。 		
授業計画	<ol style="list-style-type: none"> 1. インバウンド・マーケティング（小熊） 2. インバウンドツーリズム（小熊） 3. インバウンドに対するサービスコンセプト（小熊） 4. インバウンド市場とは何か①：国際観光客の実際と多様性（直井） 5. インバウンド市場とは何か②：国際観光客の消費者行動（直井） 6. 観光における製品の概念と特徴（直井） 7. 製品における設計と管理：コンテンツの商品化とパッケージツアー（高橋） 8. 人的資源のマーケティング：ガイド、通訳など人的サービス（高橋） 9. インバウンド関連産業をめぐる現状と課題（高橋） 10. 地域観光事業者のインバウンド市場への実践的アプローチ（大社） 11. 旅行会社のインバウンド市場への実践的アプローチ（大社） 12. 観光地のインバウンド・マーケティング／課題レポート（大社） 		
事前・事後学習	<ul style="list-style-type: none"> ・授業前に資料を読んでおくこと。 ・課題レポートを作成し提出すること。 		
テキスト	資料を各授業回の前に提供する。		
参考文献	資料内で適宜紹介する。		
成績評価の基準	<p>以下のように評価する。</p> <p>○課題レポート 60%</p> <p>○授業における態度・発言 40%</p>		
履修上の注意 履修要件			
実践的教育	該当しない。		
備考欄	定員超過の場合、第一回目のリフレクションシートの内容により選考する。		