

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 浩昭	
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クオーター		
講義内容	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。		
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：マーケティング基礎① マーケティングとは何か、観光ビジネスとマーケティングの関わり、マーケティング戦略（事業環境分析・STP等）について学ぶ。</p> <p>第2回：マーケティング基礎② マーケティング戦略に基づく施策であるマーケティングミックス（4P）について学び、事例として東京ディズニーリゾートのマーケティングについて考察する。</p> <p>第3回：デジタルマーケティングの概要 デジタルマーケティングの定義や内容について紹介し、東京ディズニーリゾートにおけるデジタルマーケティングチャネルの役割・機能について学ぶ。</p> <p>第4回：デジタルトランスフォーメーションとデータ活用 デジタルトランスフォーメーションの定義、概念、観光におけるデータ活用の取組等について学ぶ。</p> <p>第5回：サービスデザインとカスタマージャーニー① デジタル社会における消費者行動の特質と、サービスの設計に不可欠な消費者理解の手法としてカスタマージャーニーマップの考え方と作成方法</p>		

	<p>について学ぶ。</p> <p>第6回：サービスデザインとカスタマージャーニー② カスタマージャーニーマップを活用したデザイン思考とアイデア創出について学び、豊岡演劇祭のカスタマージャーニー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プロモーション、トリプルメディア等について学ぶ。</p> <p>第8回：観光における地域ビッグデータ分析① 地域観光振興と指標、地域観光に関するオープンデータ活用について学ぶ。</p> <p>第9回：観光における地域ビッグデータ分析② 観光地を対象にオープンデータによる地域課題の分析を行い、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。