

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	本科目では、国境を越えて来訪する国際観光客（訪日外国人）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。		
到達目標	・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	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. 広報活動によるインバウンド市場へのアプローチ（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	・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	以下のように評価する。 ○課題レポート 60% ○授業における態度・発言 40%		
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。
-----	------------------------------------