

授業科目名	観光産業マーケティング論	担当教員	直井 岳人
必修の区分	必修		
単位数	2 単位		
授業の方法	講義		
開講年次	2 年 第 1 クォーター		
講義内容	本講義では、観光関連産業における観光振興に特有のマーケティングについて、マーケティングの基礎理論を基に詳細に学ぶ。講義では、マーケティングの基礎理論、観光産業マーケティングの特殊性について述べ、その後、マーケティングの理論の観光産業への応用について論じるという内容とする。なお、本講義では、あくまで基本的なマーケティングの基礎理論を基にした観光産業のマーケティングの特性の理解に焦点を当てるが、近年のマーケティングに関しても、各論の事例として取り上げる。なお、観光地に観光旅行者を誘致するためのマーケティングであるデスティネーションマーケティングについては、高次学年配当の専門科目があるが、観光産業マーケティングを形成する一部として、本講義でもその基本的な概要について講義する。		
到達目標	・観光産業マーケティングに関わる概念，理論を説明できる ・観光関連商品および観光者需要の特性と，両者間の関係性を説明できる ・観光マーケティングに関わる主体とその関係性を説明できる		
授業計画	1. イントロダクション 2. マーケティングの基礎理論 3. 観光関連産業 4. 観光商品の特性 5. マーケットセグメンテーション 1 6. マーケットセグメンテーション 2 7. マーケティングミックス：観光産業における商品のポジショニング 8. マーケティングミックス：観光産業における価格設定 9. マーケティングミックス：観光産業における流通チャネル 10. マーケティングミックス：観光産業におけるプロモーション 11. 観光産業におけるマーケティングの実践 12. まとめ		
事前・事後 学習	・予習に関しては、事前に配布する講義資料をもとに、次回の授業のキーワードの意味を理解しておくこと。 ・復習に関しては、主要概念に関する理解度を問う小テストおよび課題を課す（提出方法は別途指示）。		
テキスト	特に指定しない。		

参考文献	<p>・フィリップ コトラー・ジョン ボーエン・ジェームス マーキンズ (著)・白井義男 (監修)・平林祥 (訳) (2003) ホスピタリティと観光のマーケティング (第 3 版) トランネット</p> <p>・Kotler, P. &amp; Armstrong, G. (2018). Principles of Marketing (7th ed.). Harlow, UK: Pearson.</p> <p>・Middleton, V. T. C. &amp; Morgan, M. (2010). Marketing in Travel and Tourism (4th ed.). London: Routledge.</p> <p>・Morrison, A. (2022). Tourism Marketing in the Age of the Consumer. London: Routledge.</p> <p>・レス ラムズドン (著)・奥本勝彦 (翻訳) (2004) 観光のマーケティング 多賀出版</p> <p>・森下晶美・島川崇・徳江順一郎・宮崎裕二 (2016) 新版 観光マーケティング入門 同友館</p>
成績評価の基準	<p>定期試験 (70%)、小テストへの回答 (10%)、課題 (20%) を基に評価する。定期試験では、講義中に説明した概念と観光産業マーケティングの施策に関する理解について評価する。小テストでは主要概念に関する理解について評価する。課題では、講義中に説明した概念の実際のケースへの応用力を評価する。</p>
履修上の注意 履修要件	<p>3 年次に配当されている「デスティネーションマーケティング論」はこの講義の内容の理解を前提としているので、この科目の配当年次での履修を推奨する。また、同じく 2 年次配当の「観光マーケティング分析論」の内容の理解の為にも、この講義の内容の理解が必要であるため、その意味でも今科目の配当次中の履修が望ましい。</p>
実践的教育	該当しない。
備考欄	この科目では対面による講義を行う。