

| | | | |
|----------------|--|------|-------------------------|
| 授業科目名 | インバウンドマーケティング論 | 担当教員 | 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（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。</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. オリエンテーション（小熊） 2. インバウンド・マーケティングの概要（小熊） 3. インバウンドツーリズム（小熊） 4. インバウンドに対するサービスコンセプト（小熊） 5. 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） 6. 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） 7. 観光における製品の概念と特徴（直井） 8. 国際観光における観光地イメージの役割（直井） 9. 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） 10. 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） 11. インバウンド関連産業をめぐる現状と課題（高橋） 12. 総括（高橋） | | |
| 事前・事後学習 | <ul style="list-style-type: none"> ・授業前に提供された資料は読んでおくこと。 ・課題レポートを作成し提出すること。 | | |
| テキスト | 教員によっては資料を各授業回の前に提供することがある。 | | |
| 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 テスト 30%</p> <p>○授業における態度・発言 70%</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。 |
|-----|------------------------------------|