

| 科目番号 | 科目名 | 配当年次 | 授業形態 | 単位 | 担当教員 |
|--|---------------------------------|---|------|----|------|
| Q301 | 観光マーケティング論 | 3年 | 講義 | 2 | 内藤英二 |
| 授業概要 観光産業に関連するマーケティング活動には、旅行会社やホテル・旅館などの宿泊施設、鉄道・自動車・航空機などの交通関連企業など観光産業に参入している企業が自社の需要創出を目的に展開するものと、特定の観光地を目的地として、国、地方自治体、目的地周辺に立地する関連企業などから組織される組織団体によって、その目的地の需要創造の為に展開されるものがあります。これら2種の活動をサービス・マーケティング、関係性のマーケティング、公共・非営利組織のマーケティングという、学説史の上では比較的新しいマーケティングの考え方を手掛かりとして考察していきます。 | | | | | |
| 到達目標(学習の成果) 栃木県あるいは宇都宮市を目的地とした観光マーケティング戦略の立案に必要な基本的な知識の習得を目指します。この為に、同様に栃木県や宇都宮市に関連する観光マーケティングの実際に関する情報を収集・分類・加工・整理し、発信していく力を養います。(DP3) | | | | | |
| 授業計画 | | | | | |
| 回 | 表題 | 学修内容 | | | |
| 1 | 観光マーケティング論の2つの意義① | 観光関連産業が展開するマーケティング活動をテーマとする観光マーケティング論 | | | |
| 2 | 観光マーケティング論の2つの意義② | DMO(観光目的地マーケティング活動推進組織)を中心とする観光マーケティング論 | | | |
| 3 | サービスマーケティングとしての観光マーケティング論① | 有形の製品と比較した場合の無形の製品としてのサービスの特徴 | | | |
| 4 | サービスマーケティングとしての観光マーケティング論② | サービスの分類から考える観光マーケティング | | | |
| 5 | サービスマーケティングとしての観光マーケティング論③ | 「真実の瞬間」を参考としたこれからの観光マーケティング | | | |
| 6 | サービスマーケティングとしての観光マーケティング④ | 栃木県・宇都宮市における事例研究 | | | |
| 7 | 関係性のマーケティングとしての観光マーケティング① | 観光マーケティングのステイクホルダー | | | |
| 8 | 関係性のマーケティングとしての観光マーケティング② | 観光マーケティングにおけるインタラクション(双方向交互作用) | | | |
| 9 | 関係性のマーケティングとしての観光マーケティング③ | 観光マーケティングにおける信頼性 | | | |
| 10 | 関係性のマーケティングとしての観光マーケティング④ | 栃木県・宇都宮市における事例研究 | | | |
| 11 | 公共・非営利組織のマーケティングとしての観光マーケティング論① | 観光マーケティングが提供する「製品」とは？ | | | |
| 12 | 公共・非営利組織のマーケティングとしての観光マーケティング論② | 政府・自治体により展開されている観光マーケティング活動 | | | |
| 13 | 公共・非営利組織のマーケティングとしての観光マーケティング論③ | 観光産業関連組織により展開されている観光マーケティング活動 | | | |
| 14 | 公共・非営利組織のマーケティングとしての観光マーケティング論④ | 栃木県・宇都宮市における事例研究 | | | |
| 15 | まとめ | 栃木県・宇都宮市におけるDMO活動の将来展望 | | | |

準備学修(授業外の自己学修)

2年生でマーケティング論Ⅰ・Ⅱを履修した人は、特に後期に実施した「マーケティングの新しい潮流」のなかの、サービスマーケティング、関係性のマーケティング、公共・非営利組織のマーケティングについて復習をしておいてください。観光マーケティング論ではこれらのテーマを更に詳しく考察することになります。

毎回、授業時間中に配布するワークシートはファイルし、大切に保管してください。

成績評価の方法・基準(%表記)

授業態度20%、事例研究レポート課題20%、期末筆記テスト60%

履修学生には、課題としてサービスマーケティング、関係性のマーケティング、公共・非営利組織のマーケティングという3つのテーマに沿って、栃木県又は宇都宮市における観光マーケティング活動の事例について、レポートを作成し、第6回、第10回、第14回の授業で、課題としての提出を求めます。レポートの様式は簡単なものですが、詳細は授業の中で説明します。

| 観点 | S | A | B | C |
|-----------------------------------|-----------------------------|------------------------|------------------------|-------------------|
| 観光マーケティング活動に関する知識の習得 | 十分な知識の修得ができている。 | ある程度の知識の習得ができている。 | 基礎的な知識の習得ができている。 | 基礎的な知識の習得ができていない。 |
| 栃木県・宇都宮市に関連した観光マーケティング活動情報についての理解 | 事例をあげて観光マーケティング活動の情報を説明できる。 | 情報を収集し、その内容を正確に理解できている | 情報の内容をある程度理解できている。 | 情報の収集と理解の程度が不十分。 |
| 栃木県・宇都宮市に関連した観光マーケティング戦略についてのアイデア | 独自のアイデアを発表することが可能 | 独自のアイデアを立案できている。 | 戦略立案のための十分な情報収集ができている。 | 戦略立案のための情報収取が不十分 |

教科書

なし

参考書等

C. グルンルース著、近藤宏一監訳、蒲生智哉訳『北欧型サービス志向のマネジメント—競争社会を生き抜くマーケティングの新潮流』ミネルヴァ書房

履修上の注意・学修支援

長坂キャンパスで授業がある日以外は、月曜日から金曜日まで宇都宮シティキャンパス(UCC)にいます。質問や連絡がある場合は、教育厚生棟7階の研究室まで、メールの場合は、naito@kyowa-u.ac.jpまで問い合わせてください。