

| | | | | | |
|----------|---|--|-----------------------------|--------------|---|
| 科目名 | 観光実務演習 | | 担当者名 | 田中和久(タナカスヒサ) | |
| 開講年次 | 2 | 開講時期 | 前期 | クラス | |
| 授業形態 | 演習 | 履修方法 | 選択 | 単位数 | 1 |
| ナンバリング | D2030 | 該当DP | DP2,DP3 | | |
| 授業概要 | 本講座では観光産業全体に視点を置き、各業界及び自治体がどう風に関わり、どのような人が業界を形成しているのかの理解を深めていきます。また、それぞれの業界はどのような視点・手段で利益を最大限にする努力をしているのかを、具体的な企業名も例に上げながら説明してきます。講義を通して、日本の地方再生に欠かせないインバウンドプロモーションの構図の理解も深めます。 | | | | |
| 到達目標 | 1. 航空業界、旅行業界、ホテル業界、観光局、それぞれがどう風で仕事をしているのか理解できるようになる 2. マーケティングの基礎知識を理解できるようになる 3. 各自が観光業界での自分の可能性を感じるようになる | | | | |
| 授業計画 | 回 | 授業内容 | 授業外学習（内容と時間） | | |
| | 1 | 観光に関わる業種とそれぞれの関わりを理解する | 予習、P10-P17 | 90分 | |
| | 2 | 旅行会社の利益追求上の要素と旅行商品の種類 | 予習、P18-P25 | 90分 | |
| | 3 | 航空会社の利益追求上の要素と具体例 | 予習、P26-P27 | 90分 | |
| | 4 | ホテル会社・観光局の利益追求上の要素と具体例 | 予習、P28-P31 | 90分 | |
| | 5 | セグメンテーション、ターゲティング、ポジショニング・誰に何を売るかを考えよう | 予習、P52-P71 | 90分 | |
| | 6 | 複雑な旅行会社の流通チャネルを理解・ネットの発達が原因です | 予習、P96-P104 | 90分 | |
| | 7 | 旅行会社へ訪問し業務内容を見学(移動時間も含め3時間) | レポート作成 | 90分 | |
| | 8 | 特定旅行会社の強み・弱みを研究してみよう・SWOT | 予習、P128-P137 | 90分 | |
| | 9 | 特定航空会社の強み・弱みを研究してみよう・SWOT | 予習、P138-P141 | 90分 | |
| | 10 | 特定ホテル・都市の強み・弱みを研究してみよう・SWOT | 予習、142-P145 | 90分 | |
| | 11 | ホテルもしくは航空会社の視察 | レポート作成 | 90分 | |
| | 12 | ホテルの価格戦略とブランディング戦略 | P118-P128, P186-P189 | 90分 | |
| | 13 | 航空会社のホテルの価格戦略とブランディング戦略 | P116-P117, P190-P191 | 90分 | |
| | 14 | 旅行会社の価格戦略とブランディング戦略、観光局のブランディング戦略 | P112-P115, P182-P185 | 90分 | |
| | 15 | まとめ | | 90分 | |
| 教科書 | 新版 観光マーケティング入門 森下昌見 編著 同友館出版 | | | | |
| 参考書 | なし | | | | |
| 成績評価 | 方法 | 割合 | 備考 | | |
| | 受講態度 | 20% | 授業での積極的な発言を評価します | | |
| | レポート・課題 | 30% | 期限厳守のこと。採点して返却します。10点満点 | | |
| | 期末試験 | 50% | 論述方式および語群選択方式。返却しません。100点満点 | | |
| | | | | | |
| 履修上の注意 | <ul style="list-style-type: none"> ・教科書、ノートを持ってくること。スマホは授業で使用することあり。 ・宿題・課題の提出期限を守ること ・授業中の私語・居眠りは厳禁です | | | | |
| 実務経験との関連 | 34年間にわたりアメリカ、オランダ、アラブ首長国連邦の航空会社での旅客営業を通してホテル、旅行会社、観光局等の関わりを学んだ | | | | |
| オフィスアワー | | メールアドレス | kaz@iza-samurai.com | | |