

展開科目〈観光〉	クラス		科目コード	配当年次	期 間	人数制限
観光マーケティング論			13833	Ⅱ	春	
担当者名	区分	単位	科目と関係のある実務経験			
栗木 契	選択	2	観光関連事業の計画策定・アドバイザー・審査員・研修講師			

授業の到達目標

観光マーケティングに関わる多様なプレーヤーの役割を理解し、それらのプレーヤーのマーケティング・マネジメントのポイントを理解する。この授業ではKAISEIパーソナリティのK（思いやり）、A（自律）、I（知性）、S（奉仕）を養う。

授業の概要

観光マーケティングには旅行業、宿泊業、航空輸送業、鉄道業といった多様なプレーヤーが関わる。さまざまな企業や地域の事例を踏まえて、これらのプレーヤーの役割と、そのマーケティング・マネジメントのポイントを学ぶ。毎回の授業では講義に加えて、事例をもとにしたグループディスカッションと、学んだ知識の確認のための小テストを行う。

授業計画

- 1 オリエンテーション
- 2 観光事業のマネジメント特性(1)
- 3 観光事業のマネジメント特性(2)
- 4 旅行業のマネジメント
- 5 宿泊業のマネジメント
- 6 航空輸送業のマネジメント
- 7 鉄道事業のマネジメント
- 8 テーマパークのマネジメント
- 9 空港のマネジメント
- 10 IRのマネジメント
- 11 観光協会のマネジメント
- 12 地域の観光まちづくり
- 13 地域ブランドの構築
- 14 観光とウェブビジネス
- 15 まとめと定期試験

授業の方法

講義とグループディスカッションを中心とする。

準備学修

Webで参照すること。

課題・評価方法、その他

毎回の授業の小テスト（60％）、定期試験（40％）

欠席について

出席点はないが、毎回の授業の小テストの得点が成績評価につながる。毎回の欠席確認は行う。

テキスト

高橋一夫・柏木千春編著『1からの観光事業論』碩学舎、2016年

参考図書

石井淳蔵・嶋口充輝・栗木契・余田拓郎『ゼミナール・マーケティング入門・第2版』日本経済新聞出版、2013年

教員連絡先

Kuriki@kaisei.ac.jp

展開科目〈観光〉	クラス		科目コード	配当年次	期 間	人数制限
航空ツーリズム論			13836	Ⅲ	秋	
担当者名	区分	単位	科目と関係のある実務経験			
白井 昭彦	選択	2	航空会社			

授業の到達目標

航空機はどのようにして飛んでいるのか、アライアンスの必要性は何か、ユニバーサルサービスの重要性など、エアラインビジネスの概要をさまざまな角度から多面的に学習して理解する。また民間航空の発展や航空政策の規制緩和などについて、その概要や歴史的な流れ、社会・経済への影響などを理解する。このクラスではKAISEIパーソナリティのIn（国際性）を養う。

授業の概要

エアラインビジネスのオペレーションの概要や歴史、航空政策、経営特性、経済特性、経営動向やエアラインが置かれている社会環境や課題などについて学修する。

授業計画

- 1 講義概要、評価方法、シラバス（講義計画）乗員・CA・整備、グランドスタッフ等エアラインの仕事の概要
- 2 航空機と航空管制の概要
- 3 民間航空の歴史
- 4 航空自由化への流れ
- 5 空港政策
- 6 エアラインビジネスの特性
- 7 ネットワークの考え方とアライアンスの概要
- 8 航空運賃とレベニューマネジメント
- 9 FFP・ブランド戦略・CS戦略
- 10 LCC（格安航空会社）・ビジネスジェット
- 11 航空とホスピタリティ、ユニバーサルデザインの重要性
- 12 航空貨物ビジネス
- 13 航空と観光と空飛ぶ車
- 14 未来の航空・宇宙産業
- 15 まとめ、定期試験

授業の方法

講義を中心とするが、学生への課題ではグループディスカッションを取り入れる。

準備学修

関連事項をWEB等で参照すること。

課題・評価方法、その他

平常点 50%、定期試験 50%

欠席について

大学の規定の通り。

テキスト

Classroomにて講義資料を配布して、パワーポイントを使用して説明する。

参考図書

『航空産業入門 第2版』（株）ANA総合研究所

留意事項

世界の航空業界の動きや日本の観光立国に向けた訪日観光客や観光業界に関するニュースなどは常に注目しておくこと。

教員連絡先

shirai@kaisei.ac.jp

オフィスアワー

直接教員に質問したい場合は、オフィスアワーを活用すること。各教員のオフィスアワーの日時については教務課前掲示板を確認のこと。