

科目区分	専門教育科目	授業科目名	マーケティング			科目コード	26L202	担当者	甲斐 亮		担当形態	単独
対象学科・コース	生活創造学科 地域未来創生コース	配当年次	1年次	開講学期	秋学期	単位数	1	必修・選択の別	選択	免許・資格要件		
授業形態	講義	履修条件						教育職員免許法施行規則に定める科目区分等	科目区分			
実務の経験を有する教員担当科目			実務の経験内容及び科目との関連								科目に含まれることが必要な事項	

授業の主題	基本的なマーケティングの概念を理解し、観光地としての長崎を題材に実践的なマーケティング思考を養う。	課題等への対応 (フィードバックの方法等)	提出された成果物やレポートは評価の対象となります。
授業の方法	座学とグループワークで構成される。	アクティブ・ラーニングの実施方法	①グループワークで能動的に課題を設定する。 ②個別ではグループワークの内容を更に深堀りし個々の課題と組み合わせることを目指す。

回数	授業計画	事前・事後学修	
第1回	オリエンテーションと「観光×マーケティング」の全体像 授業の進め方・評価方法の説明- 観光とは何か(観光資源・観光産業の特徴) - マーケティングの基本(4P/4C・「売る前に考える」) - 長崎の観光のイメージ出しワーク	<事前>観光地と聞いて思い浮かぶ場所を3つ考えてくる。 <事後>今日の授業で印象に残った「観光のポイント」を100~200字でまとめる。	
第2回	観光資源を「商品」として見る: 4P/サービスの特徴 サービスとしての観光(無形性・同時性など) - 4P(Product, Price, Place, Promotion)を観光で考える- 近隣の観光スポットを例に4P分析ワーク	<事前>好きな観光地を1つ選び、そこに「何をしに行ったか」をメモしてくる。 <事後>自分が選んだ観光地の4Pを簡単に整理してくる。	
第3回	STPとターゲット設定・ペルソナ・カスタマージャーニー STP(Segmentation, Targeting, Positioning)の考え方- 観光客のタイプ分け(ファミリー・女子旅・インパウンド等) - ペルソナ作成とカスタマージャーニーマップのミニワーク	<事前>身近な人で「観光が好きな人」を1人思い浮かべ、その人の特徴をメモしてくる。 <事後>授業で作ったペルソナに対して、「次にどんな情報を届けると喜びそうか」考えてくる。	
第4回	デジタル観光マーケティングと中間レポート課題提示 SNS・口コミサイト(Tripadvisor等)・OTA(予約サイト)の役割- 写真・レビュー・動画が観光に与える影響- 競合事例(他地域の成功例)紹介- 中間レポート課題の説明: 「身近な観光資源の現状分析レポート」	<事前>よく使うSNSやレビューサイトを1つ挙げ、自分が「行きたい」と思った投稿を1つ探ししておく。 <事後>中間レポート執筆: 題材の観光資源を1つ選び、現状・強み・課題を整理してくる。	
第5回	フィールドワーク: 観光現場を「観察」する 学外フィールドワーク(例: 長崎市内の観光スポット・商店街など) - 観光客の動き・サイン・店頭・価格・言語対応などをチェック- 簡単なヒアリング(可能な範囲で) - 帰校後、気づきをKJ法的に整理	<事前>フィールドワークの目的と観察ポイントを配布資料で確認しておく。 <事後>フィールドワークのメモを読み返し、「よかった点・改善したい点」を各3つ書き出す。	
第6回	フィールドワークの振り返りとポジショニング フィールドワーク結果の共有(グループ発表) - 強み・弱み・機会・脅威(SWOT)整理- 競合・類似スポットとの比較- 「この場所は誰にとってどんな価値を持つのか?」を言語化	<事前>自分のメモを整理し、写真があれば数枚ピックアップしておく。 <事後>最終レポートで扱うテーマ(観光資源や企画の方向性)を仮決めする。	
第7回	観光プロモーション企画づくり(4Pを組み立てる) 観光プロモーションの事例紹介(キャンペーン、イベント、SNS企画など) - グループで「小さな観光企画」を考えるワーク- ターゲット・コンセプト・メッセージ・媒体を整理	<事前>自分が「行ってみたい!」と思った観光キャンペーンの例を1つ調べてくる。 <事後>グループで考えた企画をもとに、自分の最終レポートにどう活かすかメモを作る。	
第8回	まとめ・最終レポートガイダンスと共有 観光マーケティングで学んだことの振り返り- 最終レポート(企画書形式)の構成説明とチェックポイント- 希望者による企画書のショート発表 - 授業全体のふりかえり	<事前>レポートに使う写真・図表などの素材を整理しておく。 <事後>最終レポート提出: 「観光資源を題材にしたマーケティング企画書」(文字数・締切は学内規定に合わせて設定)。	
		事前・事後学修時間 (分/授業1回)	180分/授業1回

教科書 [書名/著者名/出版社]	適宜紙又はデータで資料を配付します。	受講生へのメッセージ	この講義では、マーケティングの基礎理論とその実践的な活用方法を体系的に学んでもらいます。マーケティングとは、単なる「売るための技術」ではなく、顧客のニーズを深く理解し、価値を提供するための科学です。本講義では、長崎の観光地を題材とした分析やグループ活動を通じて、理論を現実に応用する力を身につけてもらいます。課題やディスカッションでは、主体的な取り組みを重視し、多角的な視点を養うことを目指します。この学びが皆さんの今後のキャリアや人生にとって、大きな糧となることを期待しています。ともに学び、成長する8回の講義にしましょう。
参考書 [書名/著者名/出版社]	新版 観光マーケティング入門/森下晶美(編著)、島川崇(著)、徳江順一郎(著)、宮崎裕二(著)/同友館		

