

授業概要 (シラバス)

■科目基本情報		専門学校日本ホテルスクール	
科目番号	MS202	分類	講義科目
授業科目名	ホテルマーケティング	英文授業科目名	Hotel Marketing
年度	2024年度	年次	昼間部 2年 ホテル科
開講学期	通年	授業の方法	講義科目
単位数	4単位	年間授業時間数	60時間
科目区分	ゼミ科目	授業コマ数	50コマ
担当教員名	井上 浩	実務経験あり	備考
経歴	サウスパシフィックプライダル・ジャパン オペレーション/ビジネスデベロップメント・マネージャー サウスパシフィックプライダル・フィジー アシスタント・ジェネラルマネージャー アイランドホテル&リゾート那須・オペレーション・マネージャー		
■授業・科目情報			
学習目標	マーケティングを通して業界を取り巻く環境や重要性を踏まえ、マーケティングの基本的な考え方、そして課題と今後の方向性について学習する。 まず身近な物・事をマーケティングの視点から分析をし、マーケティングの基礎を取得。 その後、後期に行われる「レストランマネジメント」へマーケティング理論を応用していく。		
教科書	「ホテルマーケティング」財団法人日本ホテル教育センター		
授業計画	回数	内容	
	1・2	授業紹介・オリエンテーション	
	3・4	マーケティングとは何か？(定義、手法)	
	5・6	ヒット商品についてのリサーチ① (リサーチ調査方法とMKTの課題、現在と今後の活用)	
	7・8	観光産業の経済効果 ホテルへ、街へ	
	9・10	4Pと外部要素(コントロール不可能な要素)について	
	11・12	4Pと外部要素(コントロール不可能な要素)について	
	13・14	ヒット商品についてのリサーチ②	
	15・16	戦略と戦術の違い・STPIについて	
	17・18	戦略と戦術の違い・STPIについて	
	19・20	ヒット商品についてのリサーチ④ STP ペルソナ手法	
	21・22	ヒット商品についてのリサーチ④ STP ペルソナ手法の例	
	23・24	まとめ	
	25・26	前期試験	
	27・28	顧客心理の変化 情報探索と選択行動	
	29・30	顧客の心理を利用したマーケティング戦術	
	31・32	広告とブランディング 特徴と活用	
	33・34	ブランドロイヤリティ	
	35・36	広報VS広告・プレスリリース	
	37・38	売上増加のセオリー(数字で訴求する効果)	
	39・40	ホテルにおける部署別年間マーケティング計画	
	41・42	価格戦略(割引と料金体系①)	
	43・44	価格戦略(割引と料金体系②)	
	45・46	WEBマーケティングとホテルビジネス	
	47・48	クレーム対応	
	49・50	まとめ / 後期試験	
授業の進め方	ホテルのみのマーケティングとらわれず、幅広く「マーケティング」の基礎を学ぶ。講義にて基本的な知識を身に付け、その後、様々な分野の商品やサービスをマーケティングの視線から分析・レポートを作成。前期の授業にて、マーケティングの基礎や理論を固め、後期の「レストランマネジメント」に応用知識へとつなげる。		
試験の実施方法	前後期各1回 試験期間に設定し、形式は文書試験とする。		
成績評価方法	本校の規定に基づき、全科において共通評価基準にて算出する。 ①試験得点 = 50% (10ポイント) ②出席率 = 50% (10ポイント) 上記の2つの項目をそれぞれ10ポイント(合計20ポイント)に置き換えて、そのポイントに応じてA,B,C,D,F評定を決定する。 尚、前提基準として①試験全体平均点の50%未満。または②出席率の50%未満に該当する場合には「F」評価とするが、通年教科の後期学年末の評価については、前期および後期全体の状況をもって算出する。		
関連科目	レストランマネジメント・ホテルマネジメント・ホテル会計		
参考書	参考書等は授業内で適時案内。		
学生へのメッセージ	商品を買う時やサービスを受ける時、100%自分の判断・意識でお金を払っていますか？ マーケティングとは提供者(企業)が、時代の流れやニーズを早い段階で汲み取り、形にし、市場に送り込む最も大事なプロセスの1つです。ヒットする商品やサービスには何かしらの理由があります。それをマーケティングの視点から読み解いていきましょう。		