

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	夜間部 2年 ホテル科
開講学期	後期	授業の方法	講義科目
単位数	1単位	年間授業時間数	18.2時間
科目区分	専門科目	授業コマ数	13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ブライダル・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ブライダル・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	マーケティングの必要性を基礎から学ぶ マーケティングの基本知識を習得する。事例を通してホテルビジネスの特性と消費者・顧客行動、またマーケティング活動の有益性を理解する、ホテルの商品政策と顧客にとっての価値を理解する。		
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	マーケティングの基本的な考え方とホテルマーケティングの基礎知識 定義とマーケティング・フレーム	
	2	マーケティングの手法と課題	
	3	顧客の行動・消費者を理解する 調査と購買意思決定	
	4	環境(3C、マクロ環境とミクロ環境)	
	5	STP セグメンテーション	
	6	STP ターゲットとポジショニング	
	7	商品計画 4P 商品造成	
	8	商品計画 4P 価格決定	
	9	商品寿命とブランディング	
	10	マーケティング・コミュニケーション :セールス活動・広報・広告	
	11	顧客管理と広報、広告宣伝活動	
	12	ホテルマーケティングの今後の方向性と課題	
	13	まとめ 試験	
授業の進め方	事例を取り上げながら講義形式で行います。進行にはパワーポイントを使用する。 マーケティングの理論と手法の基本を理解し、マーケットの商品(特徴)と購買、販売の仕組みを自身で考え、興味を広げられるようにしたい。講義とグループワークまたは個人課題を通していろいろな事象に触れる機会を提供する。		
試験の実施方法	後期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。		
関連科目	ホテルマネジメント・ホテル会計・ホテル労務管理・宿泊業務論・フロントシステム他		
参考書	授業中に適宜紹介。		
学生へのメッセージ	時代の流れや人々の要望に合わせホテルの業態も進化しています。ホテル商品やサービスについてもお客様の実態を正確に把握し、よりマッチした商品、サービスの提供が求められています。なぜホテルという商品が社会から必要とされているか、受け入れられているのかを考えていきましょう。		