

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	MS617	分類	講義科目		
授業科目名	ホテルマーケティング&セールス	英文授業科目名	Hotel Marketing & Sales		
年度	2025年度	年次	昼間部	2年	ホテルSNS科
開講学期	後期	授業の方法	講義科目		
単位数	2単位	年間授業時間数	28.8時間		
科目区分	ゼミ科目	授業コマ数	24コマ		
担当教員名	中山万作/井上 浩	実務経験なし	備考		
経歴					
■授業・科目情報					
学習目標	市場のトレンドや競合状況を分析しオンライン広告やソーシャルメディアマーケティング理解すること実践的に分析をおこなうことで、デジタルキャンペーンの計画、実行、評価を行うスキルを身に着ける。 また、マーケティングプランや成果を効果的に伝えるためのプレゼンテーションスキルを向上させる。チームで協力し、プロジェクトの計画、実行、評価を通じて各自の能力を高めていきたい。				
教科書					
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？(マーケティング戦略の基本原則/顧客ニーズの理解と市場調査)			
	5・6	セールス戦略・セールス基本概念とアプローチ/顧客とのコミュニケーションスキル			
	7・8	デジタルマーケティング オンライン広告とソーシャルメディアマーケティングの基礎			
	9・10	ブランディングと周知、マーケットを考える			
	11・12	OTAの理解:OTAの役割と機能/OTAのビジネスと収益モデル			
	13・14	ホテルのOTA戦略と価格戦略、OTAからの予約最適化と顧客管理			
	15・16	ホテルとOTAの提携に関するメリット・課題			
	17・18	プレゼンテーションスキル・効果的なスキルや視覚要素			
	19・20	実践プレゼンテーション(準備と実施、フィードバック)			
	21・22	実践プレゼンテーション(準備と実施)			
	23・24	まとめ・プレゼンテーション(フィードバック)			
授業の進め方	マーケティングと手法とくにオンライン、OTAに焦点をあてる。全24回の授業内でマーケティング&セールスの手法、OTAに対する理解を深めらるる用に具体的事例と手法を学ぶ、学習した内容をプレゼンテーションを行うアクティブに取り組む。そのため説明と個人・チームでのワークを取り入れる				
試験の実施方法	なし				
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課題、成果物=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、SNSマーケティング、デジタルコミュニケーション				
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	幅広いマーケティング&セールスの手法、OTAに対する理解、およびプレゼンテーションスキルの向上を促進できます。				