

授業概要 (シラバス)

専門学校日本ホテルスクール

■科目基本情報

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	2025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	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	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	マーケティングの仕組みを考えるとともに、観光ビジネスと地域の活性化を考える。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。		
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	授業紹介・オリエンテーション	
	2	マーケティングとは何か？(定義、手法)	
	3	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)	
	4	観光産業の経済効果 ホテルへ、街へ	
	5	4Pと外部要素(コントロール不可能な要素)について	
	6	4Pと外部要素(コントロール不可能な要素)について	
	7	ヒット商品についてのリサーチ②	
	8	戦略と戦術の違い・STPIについて	
	9	戦略と戦術の違い・STPIについて	
	10	ヒット商品についてのリサーチ④ STP ペルソナ手法	
	11	ヒット商品についてのリサーチ④ STP ペルソナ手法の例	
	12	まとめ	
	13	前期試験	
	14	顧客心理の変化 情報探索と選択行動	
	15	顧客の心理を利用したマーケティング戦術	
	16	広告とブランディング 特徴と活用	
	17	ブランドロイヤリティ	
	18	広報VS広告・プレスリリース	
	19	売上増加のセオリー(数字で訴求する効果)	
	20	ホテルにおける部署別年間マーケティング計画	
	21	価格戦略(割引と料金体系①)	
	22	WEBマーケティングとホテルビジネス	
	23	クレーム対応	
	24	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	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一つです。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。		

以上