# 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） | 英文授業科目名 | Hotel Marketing |
| 年度 | 2025年度 | 年次 | 昼間部　2年　英語専攻科 |
| 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 | 専門科目 | 授業コマ数 | 24コマ |
| 担当教員名 | 青山浩一　実務経験あり | 備考 | |
| 経歴 | シェラトン都ホテル東京　10年・ウェスティンリゾートグアム3年・ブッキングドットコム２年・トリップアドバイザー３年・エクスペディア６年・ダービーソフト | | |

■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、<br>そして課題と今後の方向性について学習する。<br>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。<br>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　著：一般財団法人 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 | マーケティングの定義 |
| 3 | マーケティングの必要性とメリット |
| 4 | マーケティングプロセスとフレームワーク① |
| 5 | マーケティングプロセスとフレームワーク② |
| 6 | 市場調査・消費者理解のための3つのモデル① |
| 7 | 市場調査・消費者理解のための3つのモデル② |
| 8 | マーケティング手法のトレンド①Webマーケティング |
| 9 | マーケティング手法のトレンド②オウンドメディア・SNS |
| 10 | マーケティング手法のトレンド③カスタマージャーニー |
| 11 | マーケティングの課題 |
| 12 | まとめ　／　前期試験 |
| 13 | マーケティングでのデジタルマーケティングとDX |
| 14 | プロモーション・キャンペーンと広告運用 |
| 15 | Brand.comとOTA |
| 16 | ホテルを運営しよう④Brand.com & OTA |
| 17 | ホテルを運営しよう⑤コンテンツ作成 |
| 18 | ホテルを運営しよう⑥ロイヤリティ |
| 19 | ホテルを運営しよう⑦パートナーシップマーケティング |
| 20 | ホテルを運営しよう⑧ゲストリビュー・口コミ |
| 21 | ホテルを運営しよう⑨レベニューマネジメント |
| 22 | Power of communication |
| 23 | Presenting with impact & gravitas |
| 24 | まとめ　／　後期試験 |

| | |
|---|---|
| 授業の進め方 | ホテルで行われるマーケティングを実例を見ながら具体的な活動について学んでいきます。 |
| 試験の実施方法 | 前後期各1回<br>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。<br>①試験得点＝50%（10ポイント）<br>②出席率　＝50%（10ポイント）<br>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。<br>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 | |
| 参考書 | 参考書は授業内で適時案内 |
| 学生へのメッセージ | 知っていましたか？ホテルは勝手に売れていきませんし、勝手に人気もでません。そして、残念ながら、『サービスが良い』だけではホテルは人気になりません。では、どうやったらホテルを売ることができるのでしょうか？人気を出すことができるのでしょうか？この授業を通して、一緒に答えを見つけていきましょう。 |

以 上