

<b>科目名</b>	観光研究ゼミナール	<b>科目コード</b>	1236	<b>単位数</b>	2
<b>担当者名</b>	島津 望	<b>開講セメスター</b>	第7セメスター	<b>開講年次</b>	4年次

● **授業のねらい**

マーケティング理論の基本を学びながら、地域の（観光）産業、6次産業などについて分析する。これを通して、マーケティングやマネジメントの基礎知識習得と問題発見能力を養う。

● **到達目標**

地域の（観光）産業、6次産業などの事例を、マーケティングの視点から分析できる能力を身につける。また、その内容を人に伝えるコミュニケーション能力を身につける。

● **授業内容**

- 1週目 イントロダクション（ゼミテーマの概要、ゼミの進め方など）
- 2週目 地域産業とマーケティング思考
- 3週目 地域産業と 製品、サービス政策
- 4週目 地域産業と価格、チャネル政策
- 5週目 学生による発表（発表者）
- 6週目 学生による発表（発表者）
- 7週目 学生による発表（発表者）
- 8週目 事例研究1 地域特産品の開発
- 9週目 事例研究2 地域特産品の流通
- 10週目 学生による発表（発表者）
- 11週目 学生による発表（発表者）
- 12週目 学生による発表（発表者）
- 13週目 学生による発表（発表者）
- 14週目 全体を通してのまとめの作業
- 15週目 まとめプレゼンテーション（全員）
- 16週目 学期を通しての総括と講評。ただし、やむを得ず15週までの授業内容を実施できなかった場合は補講授業をおこなう。

● **準備学習(予習・復習)等の内容**

パワーポイントによるプレゼンテーションを行なうので、事前に作成しておくこと。

● **成績評価の方法・基準**

授業参画、プレゼンテーション、レポートなどによる総合評価。

● **履修上の留意点/課題に対するフィードバックの方法**

ディスカッションを中心としたアクティブ・ラーニングを行なうので、事前の予習を最低限、週2時間おこなってこよう。課題(プレゼンテーションとその内容のレポート)に対するフィードバックは当日あるいは翌週に、課題のポイントを解説しながら、発表者や他の学生とディスカッションするなどしておこなう。

● **テキスト**

小田切徳美、『農山村再生』、(岩波書店)、520円+税  
このテキストは、特殊講義（ソーシャルマネジメントA）、特殊講義（ソーシャルマネジメントB)と同じものである。

● **参考書**

和田充夫・恩蔵直人・三浦俊彦著、『マーケティング戦略』、(有斐閣)、2160円+税

● **更新日付**

2019/02/27 11:50