

## 実務経験のある教員による科目

### ビジネス実務学科

マーケティング論	織戸 恒男	1
インターンシップ	齋藤 篤史	3
観光ビジネス論	齋藤 篤史	5
ホスピタリティ概論	富吉 光則	7
ホテルビジネス基礎	富吉 光則	9
ホテル経営論	齋藤 篤史	11
旅行業法	齋藤 篤史	13
観光マーケティング論	齋藤 篤史	15
かしこい旅行実務論	齋藤 篤史	17
エアラインビジネス	富吉 光則	19
エアラインホスピタリティ	富吉 光則	21
観光交通論	富吉 光則	23
観光政策論	富吉 光則	25
テーマパーク論	富吉 光則	27
スポーツマーケティング論	織戸 恒男	29
ベンチャービジネス論	織戸 恒男	31

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

『マーケティング』は「ファイナンス」と「アドミニストレーション」とともに企業体を構成する機能であり、業種・職種を問わず、身につけるべきビジネス実務の知識である。そのマーケティングの考え方の枠組みとビジネスにおけるマーケティング戦略立案・戦術策定の発想法を、担当教員の広告会社マッキン・ワールドグループ及びインターネット調査会社 GMO リサーチ社での実務経験に基づいて、具体的な事例を取り上げて講義する。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	マーケティングとは？ 企業のマーケティング活動の定義／マーケティングを学ぶための基本的な考え方
第 2 回	マーケティングの本質 マーケティングファネルという考え方／具体的事例で学ぶマーケティングの本質
第 3 回	マーケティングリサーチ マーケティングの実施管理プロセスとその起点となるマーケティングリサーチ
第 4 回	競争優位性の確立の基本と発想法（有利な立ち位置でビジネスを進める；STP）① Segmentation セグメンテーション／Targeting ターゲティング／Positioning ポジショニング
第 5 回	競争優位性の確立の基本と発想法（有利な立ち位置でビジネスを進める；STP）② Segmentation セグメンテーション／Targeting ターゲティング／Positioning ポジショニング
第 6 回	製品戦略 4P／4C ① 何を売するのか／Product と Customer Value（製品／顧客にとっての価値）
第 7 回	価格戦略 4P／4C ② いくらで売するのか／Price と Cost（価格／購入までの時間を含めたトータルコスト）
第 8 回	販売チャネル戦略 4P／4C ③ どのように届けるのか／Place と Convenience（流通／購入・利用の利便性）
第 9 回	広告・プロモーション戦略 4P／4C ④ どのように知らせるのか／Promotion と Communication（販売促進／顧客との関係構築）
第 10 回	ネーミングとパッケージ 製品名・サービス名称・店舗名の考案／マーケティングにおける役割／ブランドの基本
第 11 回	ブランディング ブランドの定義・種類と役割の変遷／ブランド価値の重要性／ブランドエクイティ
第 12 回	サービスマーケティング モノとサービスの違い／サービス品質の構成要素／顧客接点の重要性
第 13 回	Web マーケティング Web サイトへの集客手法／Web サイトでの接客／ターゲティング・リターゲティング
第 14 回	企業のマーケティング活動の実例を調べる（グループワークによる資料作成） どのような人に・どのような価値を・どのように届けているのか
第 15 回	企業のマーケティング活動の実例を発表する（グループによるプレゼンテーション） どのような人に・どのような価値を・どのように届けているのか

## 予習・復習

- ・ 予習：毎回講義で取り上げるテーマに関して、身近な製品・サービスや店舗・施設等のマーケティング活動を想定し、簡潔にまとめておくこと（他に、授業内で事前準備の指示あり）。
- ・ 復習：興味や関心を持ったこと／理解できなかったこと／感想や要望／質問などを、毎回配付するシート（ミニットペーパー）に記入し、次回講義までに必ず提出すること（他に、授業内で提出課題の指示あり）。

※予習・復習ともに、指示した課題については、授業内で発表・討議する時間を設ける。

## 履修上の注意

1. 自身が利用している身近な製品・サービスや店舗・施設等のマーケティング活動を想定し、講義で解説するテーマに当てはめて考える習慣を身につけること。
2. 受講者の理解度などに応じて、授業内容を変更することがある。
3. 交通機関の遅延等を除き、遅刻は原則認めない（やむを得ない事由の場合には要事前連絡）。
4. 常識を逸脱したり、社会のルールを守れない場合には退室を命じる。

## 到達目標

1. マーケティング戦略立案のための基本的な考え方の枠組み（フレームワーク）である「STP (Segmentation/Targeting/Positioning)」を説明することができる。
2. マーケティング戦術策定のための手段である「4P (Product, Price, Place, Promotion)/4C (Customer Value, Cost, Convenience, Communication)」を説明することができる。
3. 身近な製品・サービスや店舗・施設等の「マーケティング戦略と戦術」を説明することができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
STPの説明 (30%)	STPの知識の習得にとどまらず、分析力や創造力まで習得できている。	STPのフレームワークを用いて分析し説明できる。	STPの基本とフレームワークを説明できる。	STPの基本を理解しているが、フレームワークまでは説明できない。	STPの基本もフレームワークも十分に説明できない。
4P/4Cの説明 (30%)	4P/4Cの知識の習得にとどまらず、分析力や創造力まで習得できている。	4P/4Cのフレームワークを用いて分析し説明できる。	4P/4Cの基本とフレームワークを説明できる。	4P/4Cの基本を理解しているが、フレームワークまでは説明できない。	4P/4Cの基本もフレームワークも十分に説明できない。
企業のマーケティング活動の説明 (40%)	企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠と論理的な説明に基づき、正確かつ説得力のある結論を導いている。	企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠に基づき、論理的な説明がほぼできている。	企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠を示して概ね正確に説明しているが、読み手を納得させる書き方や結論となっていない。	企業のマーケティング戦略と戦術について、一部根拠を示しているが、参照したデータや文章の意味を取り違えたり、論理的な説明ができていなかったりする。	企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠がまったく示されておらず、情緒的な文章が続き、論理的な説明ができていない。

## 評価方法

前期定期試験 40%、グループワークによる資料作成とプレゼンテーション 30%、受講態度 30%

## テキスト

- ・ 特定の教科書は使用せず、必要に応じて資料を配付する。
- ・ 講義で用いた資料はMicrosoft Teamsの「マーケティング論」のチームにある「クラスの資料」のフォルダーにアップロードする（必要に応じてダウンロードすること）。

年次	時期	単位	卒業	区分
1年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

旅行会社において様々な業界との取引や社員教育・育成などの実務経験に基づき、企業等での現場実習を体験します。これに先立ち現場実習のための準備として、仕事や就職活動の方向性の確認、現場実習に向けての履歴書の作成、ビジネスマナーの習得等を行います。実習後は報告書の作成と報告会等を行います。実習と事前・事後指導を通して、就職活動・就職への意識を高めるための指導を行います。

### 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	履修者の選考
第 2 回	授業の進め方
第 3 回	<事前指導>
第 4 回	<事前指導>履歴書等、必要書類の作成
第 5 回	<事前指導>実習先に関する研究
第 6 回	<事前指導>実習本番への準備 (マナー)
第 7 回	<事前指導>実習報告の準備 (プレゼン準備)
第 8 回	[現場実習]
第 9 回	[現場実習] 各々の実習先での現場実習
第 10 回	[現場実習] 日報の記載・提出
第 11 回	[現場実習] お礼状の作成と送付
第 12 回	《事後指導》
第 13 回	《事後指導》実習の内容と成果について
第 14 回	《事後指導》各自 PowerPoint を使用してのプレゼン
第 15 回	実習報告会

### 予習・復習

- ・予習：実習先への提出書類作成準備、実習先での留意事項、マナーなどのおさらい
- ・復習：日報を作成して、学んだことを振り返る。実習報告会の準備、就職活動と就職に活かせることをまとめておく。

## 履修上の注意

- ・履修者選考（第1回授業で実施）の合格者だけが履修登録をすることができます。なお定員は最大でも10名程度です。
- ・履修者の選考は、前期科目履修状況（特に遅刻・欠席）、面接等総合的に行います。
- ・後期総合ガイダンスの日に説明会を実施します。
- ・現場実習はもちろん、事前・事後指導も、授業時間外に実施する場合があります。もちろん、事前の調整・連絡は致しますので、連絡のチェックを怠らないようにして下さい。
- ・遅刻は原則不可とし、正当な理由のない遅刻、欠席の累計が6回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・ビジネス現場で実際に働く事を通じて、仕事の流れや職場における人間関係のあり方などを体験する。
- ・働く事の面白さと難しさ、働く事の意義を考えるとともに、就職への意識を高める。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
発想力・創造力 (40%)	課題に対して期待以上の独創的なアイデアを生み出して提案ができています。	課題に対して期待通りの提案ができる。	創造力がやや不足気味ではあるが、概ね満足できる。	自分自身の発想が反映されていないが、最低限の内容で提案ができています。	課題に沿った提案がほとんど出来ておらず、内容も貧弱。
情報収集力・探求心 (20%)	自発的に探究心を持って積極的な情報収集の取り組みができています。	情報収集が十分にできています。	情報収集力がやや不足しているが、概ね満足できる	課題に対する最低限の情報収集はできています。	課題に沿った情報集がほとんどできていない。

## 評価方法

現場実習（50%）、事前・事後における取り組み姿勢（50%）を総合的に判断して評価します。

## テキスト

教科書はありません。必要な資料は適宜配付しますので、受け取りと管理を各自適切に実行してください。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

旅行会社における、観光産業の様々な会社や組織との実務経験に基づき、観光ビジネスを分類別に実例を挙げながら具体的な業務内容や日本経済や環境に与える影響を講義する。また観光関連の仕事に興味を持って就職先の選択肢のひとつとしたり、消費者目線で利用する際にも役立ちます。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	授業オリエンテーション 授業の進め方と評価方法についての説明
第 2 回	日本の観光ビジネスの概要と歴史
第 3 回	観光ビジネス① [運輸関連：J R、私鉄]
第 4 回	観光ビジネス② [運輸関連：航空、観光バス他輸送]
第 5 回	観光ビジネス③ [運輸関連：クルーズ]
第 6 回	観光ビジネス④ [宿泊：ホテル、旅館、レストラン施設]
第 7 回	観光ビジネス⑤ [テーマパーク、他アミューズメント関連]
第 8 回	理解度小テストの実施、課題レポートの提出
第 9 回	日本の観光政策と地域における観光ビジネス（地方創生）
第 10 回	観光ビジネス⑥ [着地型テーマ旅行関連、他]
第 11 回	観光ビジネス⑦ [イベント]
第 12 回	観光ビジネス⑧ [M I C E]
第 13 回	海外の観光ビジネス① [訪米]
第 14 回	海外の観光ビジネス② [東南アジア、オセアニア他]
第 15 回	まとめ、理解度小テストの実施、課題レポートの提出

## 予習・復習

予習・復習は授業内で適宜指示しますが、業法は覚える範囲が広いので、特に復習が大事です。

- ・予習：次回以降取り上げるテーマに関しての予習や情報収集を指示します。
- ・復習：授業の復習レポートや理解度小テストを定期的実施します。

## 履修上の注意

- ・観光ビジネス（航空、鉄道、宿泊、テーマパーク、イベントなど）関連に興味を持って、日常的に情報収集（テレビ、新聞、雑誌、Web）を心掛けてください。
- ・授業の内容や順番は変更になる場合があります。
- ・遅刻は授業開始後 30 分以内とし、30 分以上の場合は欠席扱いとなります。なお遅刻 3 回で欠席 1 回の扱いとなり、欠席の累計が 6 回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・観光ビジネスを分類別に学び、興味を持って、就職先の選択肢のひとつにする（消費者目線で利用する際に役立つ）
- ・「観光ビジネスが日本経済や環境に与える影響」について修得して、課題に対して情報収集・提案出来るようにする。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
発想力・創造力 (40%)	課題に対して期待以上の独創的なアイデアを生み出して提案ができています。	課題に対して期待通りの提案ができる。	創造力がやや不足気味ではあるが、概ね満足できる。	自分自身の発想が反映されていないが、最低限の内容で提案ができています。	課題に沿った提案がほとんど出来ておらず、内容も貧弱。
情報収集力・探求心 (20%)	自発的に探究心を持って積極的な情報収集の取り組みができています。	情報収集が十分にできています。	情報収集力がやや不足しているが、概ね満足できる	課題に対する最低限の情報収集はできています。	課題に沿った情報集がほとんどできていない。

## 評価方法

取り組み姿勢 (50%)、授業内の理解度テスト (30%)、課題レポート (20%) を総合的に判断して評価します。

## テキスト

使用しません。毎回授業資料を配付します。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

「ホスピタリティ」はさまざまな業界・業種で必要とされる接客や対人関係の心構えにあたり、日本での「おもてなし」に通じるものでもある。旅行会社と航空会社に在籍し、お客様の満足度を高めるために実践してきた実務上の経験を元に取り上げる「ホスピタリティ」の基本を習得しながら、様々な業種・業界におけるマナー・ホスピタリティ・おもてなしの理解につなげていく。とりあげる「ホスピタリティ」の事例から企業やビジネス上の「顧客満足」とは何かを習得することも重要である。就活、実社会の仕事上、いずれにおいても本授業が非常に重要な意味を持つことを理解して履修すること。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	オリエンテーション 授業計画と成績評価の方法の説明、ホスピタリティとは？
第 2 回	ホスピタリティの基本① ビジネスマナーの基本、言葉使い、対応方法のマナー
第 3 回	ホスピタリティの基本② 電話のマナー、会話のマナー
第 4 回	ホスピタリティの基本③ メール、PC、スマホ、インターネット、SNS のマナー
第 5 回	ホスピタリティの基本④ 国際儀礼（プロトコール）・冠婚葬祭のマナー
第 6 回	ホスピタリティの基本⑤ 外国人・インバウンド（訪日外客）の受入対応のマナー
第 7 回	業界別ホスピタリティの考察① 宿泊業・航空業のホスピタリティ
第 8 回	業界別ホスピタリティの考察② テーマパークのホスピタリティ、 <u>理解度小テスト①</u>
第 9 回	業界別ホスピタリティの考察③ 百貨店・小売業のホスピタリティ
第 10 回	業界別ホスピタリティの考察④ 外食産業のホスピタリティ
第 11 回	業界別ホスピタリティの考察⑤ 無形文化遺産「和食」のホスピタリティ
第 12 回	日本・和文化のホスピタリティ① 体験授業「浴衣と華道」の事前学習と和文化の尊重
第 13 回	日本・和文化のホスピタリティ② 特別講師による「浴衣の着付け・生け花」の体験授業
第 14 回	業界別ホスピタリティの考察⑥ 医療・福祉業界のホスピタリティ
第 15 回	振り返り、 <u>理解度小テスト②</u> 、最終課題レポートの提出

## 予習・復習

- ・予習：授業の最後に、次回の授業で取り扱うメインテーマやキーワード（関連する用語）を提示するので、それを予習として行った上で次回授業に臨むこと。
- ・復習：毎回の授業では「授業内課題シート」を記載し提出する。それを確実に習得することを課す。前半・後半に分けて「理解度小テスト」を2回実施し、復習状況のチェックとし、単位評定に反映する。

## 履修上の注意

- ・授業計画は変更になることがある。
- ・外部講師を招いての特別講義を行うことがある。その場合、体験・実習に参加するグループと、それを視聴するグループに分かれる。また、それに伴い実費が発生する場合は、負担することになる。
- ・講義の理解を深めるため、講義テーマと関連する動画を視聴することがあり、欠席者は視聴できない。
- ・授業開始から30分までは遅刻として受講を認める。30分以上遅れての入室は欠席扱いとする。遅刻3回で1回の欠席扱いとし、欠席の累計が5回を超えると単位付与は行わない。

## 到達目標

1. ホスピタリティの実践に向けて、その方法を構想、立案することができる。
2. ホスピタリティに溢れた利用すべきサービスやビジネスモデルを客観的に捉えることができる。
3. ホスピタリティの現状や課題を客観的に捉えることができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解度 (50%)	授業内容を十分理解し、設定した課題の全てを学修している。	授業内容をほぼ理解できており課題も一通り対応できる。	授業内容と課題は理解してはいるが、課題対応が十分でない。	最低限レベルの理解のため、課題の対応ができない。	内容についての理解ができていない。
課題解決能力 (30%)	何も参照せずに独自の能力で課題を解くことができる。	問題の趣旨を理解し、概ね回答を導くことができる。	授業のファイルを参照しながら解決箇所を探すことができる。	課題の意味は把握しているが授業内容の一部にも理解ができていない。	授業の内容も課題に対する理解もなく課題解決能力がない。
解法を文章で説明する力(レポート) (20%)	課題の趣旨を完全に理解し独自の視点から説得力のある記述ができる。	主張したい事柄に対する根拠をデータや先行研究で明記し、説得力がある。	理路整然とした記述ができず論理に飛躍があるため十分な説得力がない。	主張したい事柄に対する根拠を示すことはできるが記述にまとまりがない。	最低限の内容について説明ができる。

## 評価方法

以下の3項目を数値化し、それに受講姿勢と習得状況を精査した総合評価とする。

- ・平常点(毎回の授業内課題シートの提出) 50%
- ・理解度小テスト(前半・後半に分けて2回実施) 30%
- ・最終課題レポート 20%

## テキスト

- ・テキストの指定はしない。スライドを準備し、必要に応じてプリントを配付する。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

ホテル・旅館を中心とした宿泊サービスとその実務を様々な角度から考察し、基礎となる知識を習得する。今後計画されている外資系5ツ星ホテルの日本開業にも対応可能な基礎知識の向上に役立てる。旅行会社入社時に取得した「マリオット・ホテルセールス・スペシャリスト」の資格取得者としての経験、動くホテルといわれる大型クルーズ客船に乗務した経験を反映した、成功したビジネス事例・ホテル経営の数々を取り上げて講義する。即戦力として接客業務に従事できる「ホテルビジネス実務検定：ベーシック2級（B2）」の受験対策にも触れた、進路決定の一助となる講義である。

## 授業計画

授業回	授業内容
第1回	オリエンテーション 授業計画と成績評価の方法の説明、検定試験に対する理解
第2回	宿泊業研究① アパホテル 宿泊特化型戦略の成功、創業者から2代目へ、新たな展開
第3回	宿泊業研究② 星野リゾート 成長の秘密、再生事業と関西戦略
第4回	宿泊業研究③ 外資系ホテルの進出、迎え撃つ日系ホテル
第5回	宿泊業研究④ 新しいタイプホテルの戦略
第6回	宿泊業研究⑤ 富裕層マーケットと日本を代表する5ツ星ホテルの研究
第7回	宿泊業研究⑥ 17の温泉場からなる箱根温泉の特徴ある旅館・リゾートホテルと本学だけの「夏休み・箱根温泉で行う長期インターンシップ」過去の実施状況と効果について
第8回	宿泊業研究⑦ 倒産の危機からV回復した旅館、 <u>理解度小テスト①</u>
第9回	宿泊業界の実務① ホテルの概要・ホテル英語
第10回	宿泊業界の実務② 宿泊部門の業務
第11回	宿泊業界の実務③ 料飲部門の業務
第12回	宿泊業界の実務④ 宴会部門の業務
第13回	宿泊業界の実務⑤ 調理部門の業務
第14回	宿泊業研究⑧ 日本を代表する5ツ星ホテルの研究を外部講師による特別授業で
第15回	振り返り、 <u>理解度小テスト②</u> 、最終課題レポートの提出

## 予習・復習

- ・予習：授業の最後に、次回の授業で取り扱うメインテーマやキーワード（関連する用語）を提示するので、それを予習として行った上で次回授業に臨むこと。
- ・復習：毎回の授業では「授業内課題シート」を記載し提出する。それを確実に習得することを課す。前半・後半に分けて「理解度小テスト」を2回実施し、復習状況のチェックとし、単位評定に反映する。

## 履修上の注意

- ・授業計画は変更になることがある。
- ・外部講師の招聘は先方のスケジュールによって、シラバスの調整を行う場合がある。
- ・「ホテルビジネス実務検定」の対策を取り入れた講義も一部含まれますが、検定試験の対策は資格講座（エクステンションセンターで募集するもの）を受講すること。
- ・講義の理解を深めるため、講義テーマと関連する動画を視聴することがあり、欠席者は視聴できない。
- ・フィールドワークや企業訪問を実践する際は、交通費などの実費を負担していただき、安全対策に留意して行う。
- ・授業開始から30分までは遅刻として受講を認める。30分以上遅れての入室は欠席扱いとする。遅刻3回で1回の欠席扱いとし、欠席の累計が5回を超えると単位付与は行わない。

## 到達目標

1. 宿泊業界の知識を身に付け、それに基づき問題点や課題を指摘することができる。
2. ホテルビジネスの実践に向けて、その方法を構想、立案ができる。
3. ホテルビジネスの現状や課題を客観的に捉えることができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解度（50%）	授業内容を十分理解し、設定した課題の全てを学修している。	授業内容をほぼ理解できており課題も一通り対応できる。	授業内容と課題は理解しているが、課題対応が十分でない。	最低限レベルの理解のため、課題の対応ができない。	内容についての理解ができていない。
課題解決能力（30%）	何も参照せずに独自の能力で課題を解くことができる。	問題の趣旨を理解し、概ね回答を導くことができる。	授業のファイルを参照しながら解決箇所を探することができる。	課題の意味は把握しているが授業内容の一部にも理解ができていない。	授業の内容も課題に対する理解もなく課題解決能力がない。
解法を文章で説明する力（レポート）（20%）	課題の趣旨を完全に理解し独自の視点から説得力のある記述ができる。	主張したい事柄に対する根拠をデータや先行研究で明記し、説得力がある。	理路整然とした記述ができず論理に飛躍があるため十分な説得力がない。	主張したい事柄に対する根拠を示すことはできるが記述にまとまりがない。	最低限の内容について説明ができる。

## 評価方法

以下の3項目を数値化し、それに受講姿勢と習得状況を精査した総合評価とする。

- ・平常点（毎回の授業内課題シートの提出） 50%
- ・理解度小テスト（前半・後半、2回実施） 30%
- ・最終課題レポート 20%

## テキスト

- ・教科書名：ホテルビジネス基礎編 ―ベーシックレベル2級・1級準拠―（5,500円）
- ・著者名：日本ホテル教育センター
- ・出版社名：日本ホテル教育センター
- ・出版年：2021年

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

旅行会社の重要なビジネスパートナーであるホテルとの業務上の実務経験に基づき、この授業では、皆さんが家族旅行や修学旅行で利用したことのあるホテルを、お客様としてではなく、サービス・おもてなしを提供する側から学び、この業界の現状や今後の将来性を考えます。外資系ホテルも毎年続々と新規開業し、観光産業の中でも大きなビジネスマーケットを形成しています。なお授業では、ホテルビジネス実務検定試験にも対応できるように講義します。

### 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	授業オリエンテーション 授業の進め方と評価方法についての説明
第 2 回	ホテルの歴史（江戸時代から始まる宿泊業の役割と変遷）
第 3 回	日本旅館の歴史（奈良時代から始まる宿泊業の役割と変遷）
第 4 回	ホテルと日本旅館の経営形態の違い
第 5 回	ホテル宿泊部門の組織と業務役割、施設と設備の知識
第 6 回	ホテル料飲（フード&ビバレッジ）部門のサービスと経営
第 7 回	ホテルレストランの業態と役割
第 8 回	ホテル宴会部門の組織と業務役割、サービスと宴会の種類、MICE に関する知識
第 9 回	調理部門の組織と業務内容、各国料理の知識
第 10 回	マーケティング部門の組織と業務役割、マーケティング実務
第 11 回	レベニューマネジメント（収益管理）と各担当者の業務
第 12 回	総務・人事部門、施設管理部門、仕入・購買部門、経理・会計部門の各概要
第 13 回	ラグジュアリーホテルや旅行会社におけるホスピタリティーの事例
第 14 回	西洋料理（フランス料理）の歴史と基本ならびに各国料理について
第 15 回	まとめ、理解度小テストの実施、課題レポートの提出

### 予習・復習

予習・復習は授業内で適宜指示しますが、業法は覚える範囲が広いので、特に復習が大事です。

- ・予習：次回以降取り上げるテーマに関しての予習や情報収集を指示します。
- ・復習：授業の復習レポートや理解度小テストを定期的実施します。

## 履修上の注意

- ・関連する事（ホテル、レストラン、パーティー、各国料理、食文化、ホスピタリティー）に興味を持って日常的に情報収集（テレビ、雑誌、旅行パンフレット、Web）を心掛けてください。
- ・授業の内容や順番は変更になる場合があります。
- ・遅刻は授業開始後 30 分以内とし、30 分以上の場合は欠席扱いとなります。なお遅刻 3 回で欠席 1 回の扱いとなり、欠席の累計が 6 回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・「ホテル実務・経営」がどのようなものかを理解して、ホテル関連の仕事に興味を持って就職先の選択肢のひとつにする（消費者目線でホテルを利用する際に役立つ）
- ・「ホテルビジネス実務検定」の合格を目指し、引き続き資格講座（エクステンションセンター）を受講する。
- ・ホテル関連の知識（ホテルチェーン、各国料理、料理関連の基礎知識など）について修得して、社会常識としての知識を身に付ける。
- ・「ホテルや旅行業界におけるホスピタリティー」を学ぶことによって、他業界でも活用できるようにする。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 ＜宿泊、企画、経営＞ (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
理解・知識 ＜料飲、宴会、調理＞ (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
情報収集力 ・探求心 (20%)	自発的に探究心を持って積極的な情報収集の取り組みができています。	情報収集が十分にできています。	情報収集力がやや不足しているが、概ね満足できる	課題に対する最低限の情報収集はできています。	課題に沿った情報集がほとんどできていない。

## 評価方法

取り組み姿勢 (40%)、授業内の理解度テスト (40%)、課題レポート (20%) を総合的に判断して評価します。

## テキスト

使用しません。毎回授業資料を配付します。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

旅行の企画・販売など旅行業法関連の資格が必要とされる旅行会社における実務経験に基づき、この授業では旅行業務取扱業者（旅行会社）に関する法律・決まり（旅行業法及びこれに基づく命令）について学びます。旅行会社の特徴は、形の無い商品を扱うことから、特に信用が重視される点を理解してもらいます。旅行会社の業務全般の知識を身につけ、旅行業務取扱管理者資格取得に必要な項目を講義します。なお旅行業法の修得は、自分自身が実際に旅行をする際にも役立ちます。

### 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	授業オリエンテーション 授業の進め方と評価方法についての説明
第 2 回	旅行業法の目的
第 3 回	用語の定義、登録の要否
第 4 回	登録制度と営業保証金制度
第 5 回	旅行業務取扱管理者と外務員
第 6 回	旅行業務取扱料金、旅行業約款、標識
第 7 回	取引条件の説明、書面の交付、広告、旅程管理
第 8 回	旅行業約款、運送約款及び宿泊約款
第 9 回	受託契約、旅行業者代理業、禁止行為・登録の取り消し等、業務改善命令
第 10 回	旅行業協会、弁済業務保証金
第 11 回	国内旅行実務：JR 運賃・料金、国内航空、貸切バス
第 12 回	国内旅行実務：国内地理
第 13 回	国内旅行業務取扱管理者試験（国家試験）と過去問題研究
第 14 回	旅行業界を取り巻く産業
第 15 回	まとめ、理解度小テストの実施、課題レポートの提出

### 予習・復習

予習・復習は授業内で適宜指示しますが、業法は覚える範囲が広いいため、特に復習が大事です。

- ・予習：次回以降取り上げるテーマに関する予習や情報収集を指示します。
- ・復習：授業の復習レポートや理解度小テストを定期的実施します。

## 履修上の注意

- ・国内の地理、歴史、世界遺産などに興味を持って、普段から情報収集（旅番組、ニュース、雑誌、旅行パンフレット、Web）に取り組んでください。
- ・授業の内容や順番は変更になる場合があります。
- ・遅刻は授業開始後 30 分以内とし、30 分以上の場合は欠席扱いとなります。なお遅刻 3 回で欠席 1 回の扱いとなり、欠席の累計が 6 回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・「旅行業法及びこれにも基づく命令」の各科目を修得する。
- ・「旅行業務取扱管理者試験（総合、国内）」の合格を目指し、引き続き資格講座（エクステンションセンター）を受講する。
- ・消費者目線で実際に旅行をする際に役立てる。
- ・「国内旅行実務（国内地理、JR、航空）」について修得して、社会常識としての知識を身に付ける。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 ＜旅行業法・関連法令＞ (50%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
理解・知識 ＜国内旅行実務：国内地理＞ (25%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
理解・知識 ＜国内旅行実務：JR、航空＞ (25%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。

## 評価方法

授業内の理解度テスト (50%)、取り組み姿勢 (40%)、課題レポート (10%) を総合的に判断して評価します。

## テキスト

使用しません。毎回授業資料を配布します。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

旅行会社における多彩な販売・企画業務の実務経験に基づき、この授業では、マーケティングの基本を観光業界の事例に学びながら、どうすれば観光地により多くのお客様を誘客・集客でき、その地域の交流人口を増やすことで、観光消費額の拡大ができるのかを考えていきます。また今まで魅力的な観光素材が無かった地域においても、アイデア次第で観光資源の発掘及び磨きをかける事により、新たな観光素材を創造することが可能であり、地域経済の発展（＝地方創生）に繋がるかを講義します。さらに昨今他業種においても地方創生（地域共創）事業に積極的に取り組む企業が増えており、就活や就職後の業務においても活かせるように講義します。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	授業オリエンテーション 授業の進め方と評価方法についての説明
第 2 回	国家的な観光政策と観光マーケティングの変遷
第 3 回	マーケティングにおける分析方法（P・E・S・T分析、S・T・P分析、S・W・O・T分析）ほか
第 4 回	マーケティングにおける分析方法（3C分析、4P・4C分析、サービスマーケティングの7P分析）ほか
第 5 回	観光マーケティングの考え方（観光消費による地域経済への波及効果：好循環のしくみ）
第 6 回	観光マーケティング事例研究：ニューツーリズム（インフラ・ツーリズム）
第 7 回	観光マーケティング事例研究：ニューツーリズム（コンテンツ・ツーリズム）
第 8 回	観光マーケティング事例研究：ニューツーリズム（ヘルス・ツーリズム）
第 9 回	観光マーケティング事例研究：ニューツーリズム （エコ・ツーリズムとサステイナブル・ツーリズム）
第10回	観光マーケティング事例研究：新しい観光地「道の駅」による地域の活性化
第11回	観光マーケティング事例研究：ニューツーリズム （スポーツツーリズムとスポーツホスピタリティビジネス）
第12回	フィルムコミッションとコンベンションビューローの役割とMICEビジネス
第13回	観光マーケティング事例研究：高付加価値なオリジナルイベント実施例
第14回	観光マーケティング事例研究：ニューツーリズム（YAKEI・ツーリズム）
第15回	まとめ、理解度小テストの実施、課題レポートの提出

## 予習・復習

予習・復習は授業内で適宜指示しますが、業法は覚える範囲が広いので、特に復習が大事です。

- ・予習：次回以降取り上げるテーマに関する予習や情報収集を指示します。
- ・復習：授業の復習レポートや理解度小テストを定期的実施します。

## 履修上の注意

- ・観光や様々なイベントに興味を持って、関連の情報収集（TV、新聞、雑誌、Web）を心掛けてください。
- ・授業の内容や順番は変更になる場合があります。
- ・遅刻は授業開始後 30 分以内とし、30 分以上の場合は欠席扱いとなります。なお遅刻 3 回で欠席 1 回の扱いとなり、欠席の累計が 6 回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・「観光が経済に与える影響」について修得して、課題に対して情報収集・提案できるようにする。
- ・「地方創生と国の様々な観光政策」について修得して、課題に対して情報収集・提案できるようにする。
- ・「ニューツーリズムの種類と役割」について修得して、課題に対して情報収集・提案できるようにする。
- ・「観光におけるマーケティング分析の種類と内容」について修得して、説明できるようにする。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
発想力・創造力 (40%)	課題に対して期待以上の独創的なアイデアを生み出して提案ができています。	課題に対して期待通りの提案ができる。	創造力がやや不足気味ではあるが、概ね満足できる。	自分自身の発想が反映されていないが、最低限の内容で提案ができています。	課題に沿った提案がほとんど出来ておらず、内容も貧弱。
情報収集力・探求心 (20%)	自発的に探究心を持って積極的な情報収集の取り組みができています。	情報収集が十分にできています。	情報収集力がやや不足しているが、概ね満足できる	課題に対する最低限の情報収集はできています。	課題に沿った情報収集がほとんどできていない。

## 評価方法

取り組み姿勢 (50%)、授業内の理解度テスト (30%)、課題レポート (20%) を総合的に判断して評価します。

## テキスト

使用しません。毎回授業資料を配付します。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

旅行会社における国内外の企画・提案・販売などの多彩な実務経験に基づき、この授業では実際の旅行会社が国内、海外、訪日旅行のマーケットを対象にどのようなビジネスを行っているのか、具体的な仕事内容を楽しく、面白く学びます。皆さんも旅行会社の社員目線また消費者目線で受講してください。どのように旅行企画商品が作られ、どの様に旅行が実施されるのかなど、現場における実務を講義する。

### 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	授業オリエンテーション 授業の進め方と評価方法についての説明
第 2 回	観光産業の概要、旅行会社の仕事の内容を知る
第 3 回	旅行会社社員（ホスピタリティー産業）に求められる創造力と企画力、人物像と業務知識
第 4 回	旅行業務知識 ヨーロッパ編①（地理、歴史、世界遺産、観光地、ほか）
第 5 回	旅行業務知識 ヨーロッパ編②（地理、歴史、世界遺産、観光地、ほか）
第 6 回	旅行業務知識 オセアニア編（地理、歴史、世界遺産、観光地、ほか）
第 7 回	旅行業務知識 東南アジア編（地理、歴史、世界遺産、観光地、ほか）
第 8 回	旅行業務知識 ハワイ、南太平洋編（地理、歴史、世界遺産、観光地、ほか）
第 9 回	旅行業務知識 アメリカ、カナダ編（地理、歴史、世界遺産、観光地、ほか）
第 10 回	旅行企画作成（日程表作成：資料収集、テーマ、ストーリー、主なポイントなど）
第 11 回	旅行企画作成（企画をパワーポイントに）
第 12 回	発表 各チーム旅行企画プレゼンテーション
第 13 回	発表 各チーム旅行企画プレゼンテーション
第 14 回	旅行会社、関係諸機関（宿泊業、運輸業等）で使用される業界専門用語などを学ぶ
第 15 回	まとめ、理解度小テストの実施、課題レポートの提出

### 予習・復習

予習・復習は授業内で適宜指示しますが、業法は覚える範囲が広いいため、特に復習が大事です。

- ・予習：次回以降取り上げるテーマに関しての予習や情報収集を指示します。
- ・復習：授業の復習レポートや理解度小テストを定期的実施します。

## 履修上の注意

- ・旅行に関連する様々な事（名勝、史跡、歴史、文化、芸術、世界遺産、地理、ホテル、食）などに興味を持って情報収集（旅番組、ニュース、雑誌、旅行パンフレット、Web）を心掛けてください。
- ・授業の内容や順番は変更になる場合があります。
- ・遅刻は授業開始後 30 分以内とし、30 分以上の場合は欠席扱いとなります。なお遅刻 3 回で欠席 1 回の扱いとなり、欠席の累計が 6 回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・「旅行実務」がどのようなものかを理解して、観光関連の仕事に興味を持って就職先の選択肢のひとつにする（消費者目線で旅行をする際に役立てる）
- ・「観光知識（地理、歴史、文化、芸術、食、世界遺産、ホテルなど）」について修得して、社会常識としての知識を身に付ける。
- ・「旅行企画書の作成」を通して企画力、情報収集力、プレゼンテーション力、コミュニケーション力を身に付けて、他業界でも活用できるようにする。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
発想力・創造力 (40%)	課題に対して期待以上の独創的なアイデアを生み出して提案ができています。	課題に対して期待通りの提案ができる。	創造力がやや不足気味ではあるが、概ね満足できる。	自分自身の発想が反映されていないが、最低限の内容で提案ができています。	課題に沿った提案がほとんど出来ておらず、内容も貧弱。
情報収集力・探求心 (20%)	自発的に探究心を持って積極的な情報収集の取り組みができています。	情報収集が十分にできています。	情報収集力がやや不足しているが、概ね満足できる	課題に対する最低限の情報収集はできています。	課題に沿った情報集がほとんどできていない。

## 評価方法

旅行企画書の作成及びプレゼンテーション (30%) 取り組み姿勢 (30%)、授業内の理解度テスト (20%)、課題レポート (20%) を総合的に判断して評価します。

## テキスト

使用しません。毎回授業資料を配付します。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

最先端のテクノロジー、様々な関連業務、高いホスピタリティの複合体である「エアラインビジネス」の基礎知識を多角的・多面的に履修する。空港マネジメント・旅行会社とも密接につながっており、さらにAIとの親和性も高いため、広く観光産業を学ぶ導線と位置付け航空ビジネス全体を捉える。講師のカンタス航空グループに在籍した実務経験を反映した現場感覚を中心とした講義により、社会人としての一般常識、就活アドバイスを含んだ幅広い航空業界の基礎を学ぶ。

## 授業計画

授業回	授業内容
第1回	オリエンテーション 授業計画と成績評価の方法の説明、エアラインビジネスとは
第2回	航空業界と航空自由化の歴史
第3回	国内航空ビジネス① JALの歴史、コロナ前のポジション
第4回	国内航空ビジネス② JALのコロナ後の事業戦略
第5回	国内航空ビジネス③ ANAの歴史、コロナ前のポジション
第6回	国内航空ビジネス④ ANAのコロナ後の事業戦略
第7回	国内航空ビジネス⑤ MCC・LCCのビジネスモデル
第8回	国内航空ビジネス⑥ ビジネスジェットのビジネスモデル、 <u>理解度小テスト①</u>
第9回	エアラインビジネスの業務知識① AIと運賃、エアラインプロダクト
第10回	エアラインビジネスの業務知識② CRS（予約システム）、マイレージサービス
第11回	エアラインビジネスの業務知識③ 各種コード、エアライン専門用語、和製英語
第12回	外航キャリア研究① アメリカ・ヨーロッパ（欧米）主要キャリアの特徴
第13回	外航キャリア研究② アジア・オセアニア（豪亜）主要キャリアの特徴
第14回	空港ビジネスと進化する空港の様々なサービス
第15回	振り返り、 <u>理解度小テスト②</u> 、最終課題レポートの提出

## 予習・復習

- ・予習：授業の最後に、次回の授業で取り扱うメインテーマやキーワード（関連する用語）を提示するので、それを予習として行った上で次回授業に臨むこと。
- ・復習：毎回の授業では「授業内課題シート」を記載し提出する。それを確実に習得することを課す。前半・後半に分けて「理解度小テスト」を2回実施し、復習状況のチェックとし、単位評定に反映する。

## 履修上の注意

- ・授業計画は変更になることがある。
- ・フィールドワークの実施、ゲストスピーカーの招聘によりシラバスの変更が生じることもある。
- ・フィールドワークを実践する際は、交通費などの実費を負担していただき、安全対策に留意して行う。
- ・後期選択科目「エアラインホスピタリティ」と一緒に受講することが望ましい。
- ・講義の理解を深めるため、講義テーマと関連する動画を視聴することがあり、欠席者は視聴できない。
- ・授業開始から30分までは遅刻として受講を認める。30分以上遅れての入室は欠席扱いとする。遅刻3回で1回の欠席扱いとし、欠席の累計が5回を超えると単位付与は行わない。

## 到達目標

1. エアラインの知識を身に付け、それに基づいたビジネスの問題点や課題を指摘することができる。
2. エアラインビジネスの実践に向けて、その方法を構想、立案ができる。
3. エアラインビジネスの現状や課題を客観的に捉えることができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解度 (50%)	授業内容を十分理解し、設定した課題の全てを学修している。	授業内容をほぼ理解できており課題も一通り対応できる。	授業内容と課題は理解してはいるが、課題対応が十分でない。	最低限レベルの理解のため、課題の対応ができない。	内容についての理解ができていない。
課題解決能力 (30%)	何も参照せずに独自の能力で課題を解くことができる。	問題の趣旨を理解し、概ね回答を導くことができる。	授業のファイルを参照しながら解決箇所を探すことができる。	課題の意味は把握しているが授業内容の一部にも理解ができていない。	授業の内容も課題に対する理解もなく課題解決能力がない。
解法を文章で説明する力（レポート） (20%)	課題の趣旨を完全に理解し独自の視点から説得力のある記述ができる。	主張したい事柄に対する根拠をデータや先行研究で明記し、説得力がある。	理路整然とした記述ができず論理に飛躍があるため十分な説得力がない。	主張したい事柄に対する根拠を示すことはできるが記述にまとまりがない。	最低限の内容について説明ができる。

## 評価方法

以下の3項目を数値化し、それに受講姿勢と習得状況を精査した総合評価とする。

- ・平常点（毎回の授業内課題シートの提出） 50%
- ・理解度小テスト（前半・後半、2回実施） 30%
- ・最終課題レポート 20%

## テキスト

- ・テキストの指定はしない。スライドを準備し、必要に応じてプリントを配付する

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

エアラインの使命は、『お客様を「安全」で「快適」に、そして「スケジュールどおり(定時運航)」に目的地にお連れすること』であり、その実現のためにチームとして部門毎に様々な業務を担っている。それはサービスの点においていくつかのグレードを準備し、お客様に選択肢を与えつつ、それぞれに応じた洗練されたホスピタリティとともに提供するものである。本講義では、講師のカンタス航空グループに在籍した豊富な実務経験を踏まえ、エアラインをホスピタリティの観点から掘り下げるとともに、求められるエアラインホスピタリティとは何か、を解き明かす講義とする。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	オリエンテーション 授業計画と成績評価方法、エアラインホスピタリティとは
第 2 回	部門別ホスピタリティ① 機内プロダクトの違いによるホスピタリティ
第 3 回	部門別ホスピタリティ② グランドスタッフ (GS) のホスピタリティ
第 4 回	部門別ホスピタリティ③ キャビンアテンダント (CA) のホスピタリティ
第 5 回	部門別ホスピタリティ④ グランドハンドリングのホスピタリティと安全の担保
第 6 回	部門別ホスピタリティ⑤ 最新の空港サービスによるホスピタリティ
第 7 回	エアライン別ホスピタリティ① JALフィロソフィー
第 8 回	エアライン別ホスピタリティ② 顧客満足度で復活したスカイマーク、 <u>理解度小テスト①</u>
第 9 回	エアライン別ホスピタリティ③ スターフライヤーのCX戦略
第10回	エアライン別ホスピタリティ④ 外部講師による特別授業「接遇とおもてなし」
第11回	エアライン別ホスピタリティ⑤ 外資系キャリアのホスピタリティ
第12回	空港のホスピタリティ① 世界の空港ランキングと人気空港のホスピタリティ
第13回	空港のホスピタリティ② 世界と戦う羽田・成田のこれから
第14回	エアラインの環境保護対策と持続可能な航空燃料 (SAF) のホスピタリティ
第15回	振り返り、 <u>理解度小テスト②</u> 、最終課題レポートの提出

## 予習・復習

- ・予習：授業の最後に、次回の授業で取り扱うメインテーマやキーワード（関連する用語）を提示するので、それを予習として行った上で次回授業に臨むこと。
- ・復習：毎回の授業では「授業内課題シート」を記載し提出する。それを確実に習得することを課す。前半・後半に分けて「理解度小テスト」を2回実施し、復習状況のチェックとし、単位評定に反映する。

## 履修上の注意

- ・授業計画は変更になることがある。
- ・フィールドワークの実施、ゲストスピーカーの招聘によりシラバスの変更が生じることがある。
- ・フィールドワークを実践する際は、交通費などの実費を負担していただき、安全対策に留意して行う。
- ・前期選択科目「エアラインビジネス」と一緒に受講することが望ましい。
- ・講義の理解を深めるため、講義テーマと関連する動画を視聴することがあり、欠席者は視聴できない。
- ・授業開始から30分までは遅刻として受講を認める。30分以上遅れての入室は欠席扱いとする。遅刻3回で1回の欠席扱いとし、欠席の累計が5回を超えると単位付与は行わない。

## 到達目標

1. エアラインに関するホスピタリティの知識を身に付け、それに基づき問題点や課題を指摘することができる。
2. エアラインホスピタリティの実践に向けて、その方法を構想、立案ができる。
3. エアラインホスピタリティの現状や課題を客観的に捉えることができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解度 (50%)	授業内容を十分理解し、設定した課題の全てを学修している。	授業内容をほぼ理解できており課題も一通り対応できる。	授業内容と課題は理解してはいるが、課題対応が十分でない。	最低限レベルの理解のため、課題の対応ができない。	内容についての理解ができていない。
課題解決能力 (30%)	何も参照せずに独自の能力で課題を解くことができる。	問題の趣旨を理解し、概ね回答を導くことができる。	授業のファイルを参照しながら解決箇所を探することができる。	課題の意味は把握しているが授業内容の一部にも理解ができていない。	授業の内容も課題に対する理解もなく課題解決能力がない。
解法を文章で説明する力 (レポート) (20%)	課題の趣旨を完全に理解し独自の視点から説得力のある記述ができる。	主張したい事柄に対する根拠をデータや先行研究で明記し、説得力がある。	理路整然とした記述ができず論理に飛躍があるため十分な説得力がない。	主張したい事柄に対する根拠を示すことはできるが記述にまとまりがない。	最低限の内容について説明ができる。

## 評価方法

以下の3項目を数値化し、それに受講姿勢と習得状況を精査した総合評価とする。

- ・平常点 (毎回の授業内課題シートの提出) 50%
- ・理解度小テスト (前半・後半、2回実施) 30%
- ・最終課題レポート 20%

## テキスト

- ・テキストの指定はしない。スライドを準備し、必要に応じてプリントを配付する。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

観光の中で移動に関わる各交通運輸機関の機能、役割、特性を講義する。観光交通ビジネスにおける様々な移動手段は、幾多の歴史を経て、旅行形態の多様化や AI・IoT の進歩との高い親和性により、観光産業の重要な一部として進化し続けている。一方で地球温暖化防止はこれからの交通輸送とは切っても切れない重要な課題である。持続可能な観光産業のために交通運輸機関のテクノロジーの進歩と人との関わりを講義し、さらに本学の特徴である自然環境保護と観光促進との関係性にも知見を広げていく。講師の航空業界・旅行業界に在籍した実務経験に基づく講義は、新しい気づきと学びが溢れたものとなっている。

### 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	オリエンテーション 授業計画と成績評価の方法の説明 環境保護と交通の関係性
第 2 回	観光と交通の係わりと歴史
第 3 回	観光交通の実例① 鉄道ビジネス① 鉄道の歴史とコロナ後のビジネスモデル
第 4 回	観光交通の実例② 鉄道ビジネス② 脱輸送ビジネスと交通を活用 エキナカビジネス
第 5 回	観光交通の実例③ モータリゼーション① CO2削減がもたらす自動車の歴史的変革
第 6 回	観光交通の実例④ モータリゼーション② EV・世界と日本の各メーカーの方向性
第 7 回	観光交通の実例⑤ カンタスグループに在籍した経験を踏まえた航空ビジネス① F S C・高度化するサービスと各社の差別化
第 8 回	観光交通の実例⑥ カンタスグループに在籍した経験を踏まえた航空ビジネス② M C C・L C C、理解度小テスト①
第 9 回	テーマ別考察① コロナ後の観光交通・外部講師を招いた特別授業
第 10 回	テーマ別考察② 空飛ぶクルマの時代
第 11 回	テーマ別考察③ 世界初の「M a a S」アプリが変えたもの
第 12 回	テーマ別考察④ クルーズ旅行、フライ&クルーズ
第 13 回	テーマ別考察⑤ 見えてきた宇宙旅行
第 14 回	テーマ別考察⑥ 持続可能な交通とは、海外主要都市の事例
第 15 回	振り返り、理解度小テスト②、最終課題レポートの提出

### 予習・復習

・予習：授業の最後に、次回の授業で取り扱うメインテーマやキーワード（関連する用語）を提示するので、それを予習として行った上で次回授業に望むこと。

・復習：毎回の授業では「授業内課題シート」を記載し提出する。それを確実に習得することを課す。前半・後半に分けて「理解度小テスト」を2回実施し、復習状況のチェックとし、単位評定に反映する。

## 履修上の注意

- ・授業計画は変更になることがある。
- ・フィールドワークの実施、ゲストスピーカーの招聘によりシラバスの変更が生じることもある。
- ・フィールドワークを実践する際は、交通費などの実費を負担していただき、安全対策に留意して行う。
- ・講義の理解を深めるため、講義テーマと連動する動画を視聴することがあり、欠席者は視聴できない。
- ・授業開始から30分までは遅刻として受講を認める。30分以上遅れての入室は欠席扱いとする。遅刻3回で1回の欠席扱いとし、欠席の累計が5回を超えると単位付与は行わない

## 到達目標

1. 観光交通の知識を身に付け、それに基づき問題点や課題を指摘することができる。
2. 観光に与える交通の実践に向けて、その方法を構想、立案ができる。
3. 観光交通の現状や課題を客観的に捉えることができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解度 (50%)	授業内容を十分理解し、設定した課題の全てを学修している。	授業内容をほぼ理解できており課題も一通り対応できる。	授業内容と課題は理解してはいるが、課題対応が十分でない。	最低限レベルの理解のため、課題の対応ができない。	内容についての理解ができていない。
課題解決能力 (30%)	何も参照せずに独自の能力で課題を解くことができる。	問題の趣旨を理解し、概ね回答を導くことができる。	授業のファイルを参照しながら解決箇所を探することができる。	課題の意味は把握しているが授業内容の一部にも理解ができていない。	授業の内容も課題に対する理解もなく課題解決能力がない。
解法を文章で説明する力(レポート) (20%)	課題の趣旨を完全に理解し独自の視点から説得力のある記述ができる。	主張したい事柄に対する根拠をデータや先行研究で明記し、説得力がある。	理路整然とした記述ができず論理に飛躍があるため十分な説得力がない。	主張したい事柄に対する根拠を示すことはできるが記述にまとまりがない。	最低限の内容について説明ができる。

## 評価方法

以下の3項目を数値化し、それに受講姿勢と習得状況を精査した総合評価とする。

- ・平常点(毎回の授業内課題シートの提出) 60%
- ・理解度小テスト(前半・後半、2回実施) 20%
- ・最終課題レポート 20%

## テキスト

- ・テキストの指定はしない。スライドを準備し、必要に応じてプリントを配付する。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

旅行会社における、関連省庁や自治体との実務経験に基づき、観光が経済に与える影響が極めて大きい事を理解して、観光政策が今後の日本経済（地方創生における地域の発展）に重要な役割を果たすことを講義する。

### 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	授業オリエンテーション 授業の進め方と評価方法についての説明
第 2 回	日本の観光産業と変遷
第 3 回	日本の観光政策の概要と基本的な視点
第 4 回	国土交通省の観光政策①〔観光庁：アクションプログラム〕
第 5 回	国土交通省の観光政策②〔観光庁：観光地域づくり〕
第 6 回	国土交通省の観光政策③〔観光庁：国際観光〕
第 7 回	国土交通省の観光政策④〔港湾局、道路局、総合政策局：クルーズ振興ほか〕
第 8 回	理解度小テストの実施、課題レポートの提出
第 9 回	関係省庁の観光政策①〔内閣府、復興庁〕
第 10 回	関係省庁の観光政策③〔農林水産省、経済産業省〕
第 11 回	関係省庁の観光政策②〔外務省、文部科学省、環境省〕
第 12 回	自治体の観光政策〔各都道府県観光協会、DMO、コンベンションビューロー〕
第 13 回	海外の観光政策①〔アメリカ、ヨーロッパ、ほか〕
第 14 回	海外の観光政策②〔東南アジア、オセアニア、ほか〕
第 15 回	まとめ、理解度小テストの実施、課題レポートの提出

### 予習・復習

予習・復習は授業内で適宜指示しますが、業法は覚える範囲が広いので、特に復習が大事です。

- ・予習：次回以降取り上げるテーマに関する予習や情報収集を指示します。
- ・復習：授業の復習レポートや理解度小テストを定期的実施します。

## 履修上の注意

- ・観光に関する様々な分野（航空、クルーズ、鉄道、宿泊、インバウンド、地方創生、環境）に興味を持って、関連の情報収集（TV、新聞、雑誌、Web）を心掛けてください。
- ・授業の内容や順番は変更になる場合があります。
- ・遅刻は授業開始後 30 分以内とし、30 分以上の場合は欠席扱いとなります。なお遅刻 3 回で欠席 1 回の扱いとなり、欠席の累計が 6 回以上の場合は、単位認定を致しません。

## 到達目標

- ・「各省庁の観光関連の政策」を理解して、概略を説明できるようにする。
- ・「観光政策と地方創生（経済に与える影響）」について修得して、課題に対して情報収集・提案できるようにする。
- ・「観光政策と環境に与える影響」について学び、課題に対して情報収集・提案できるようにする

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解・知識 (40%)	授業内容を十分に理解しており知識も身につけている。	授業内容を十分に理解している。	授業内容の理解は十分ではないが、概ね満足できる。	授業内容の理解度・知識の習得がともに不足している。	授業内容の理解が極めて不十分であり、期待する状態にない。
発想力・創造力 (40%)	課題に対して期待以上の独創的なアイデアを生み出して提案ができています。	課題に対して期待通りの提案が出来る。	創造力がやや不足気味ではあるが、概ね満足できる。	自分自身の発想が反映されていないが、最低限の内容で提案ができています。	課題に沿った提案がほとんど出来ておらず、内容も貧弱。
情報収集力・探求心 (20%)	自発的に探究心を持って積極的な情報収集の取り組みができています。	情報収集が十分にできています。	情報収集力がやや不足しているが、概ね満足できる	課題に対する最低限の情報収集はできています。	課題に沿った情報集がほとんどできていない。

## 評価方法

取り組み姿勢 (50%)、授業内の理解度テスト (30%)、課題レポート (20%) を総合的に判断して評価します。

## テキスト

使用しません。毎回授業資料を配付します。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

持続可能な観光産業の育成において旅行消費額を増加させるには、「モノ」消費から「コト」消費へのシフトが重要である。エンターテインメント分野の中で身近で人気のあるテーマパークをマネジメントの観点から深く考察することで「コト」消費の促進へとつなげることが可能となる。成功と失敗を繰り返してきた歴史、成長しているテーマパークと運営企業の戦略ポイントを始めた産業を、講師の旅行会社在籍時に業務により各テーマパークに視察入場し集客や販売企画立案を行った実務経験を交えた分かりやすいテーマパーク論を講義する。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	オリエンテーション 授業計画と成績評価の方法の説明、テーマパークとは
第 2 回	世界・日本のテーマパーク産業の成り立ちと発展の歴史
第 3 回	東京ディズニーリゾート (TDR) の考察① 誘致のドラマに学びがいっぱい
第 4 回	TDR の考察② 非日常空間と独自の世界観
第 5 回	TDR の考察③ コロナ後の戦略と新たな投資
第 6 回	ユニバーサルスタジオジャパン (USJ) の考察① 誘致～開園までの歴史
第 7 回	USJ の考察② オープン後の不祥事と V 字回復請負人の超人的戦略
第 8 回	USJ の考察③ USJ モデルを世界へ、ライセンスビジネス・沖縄が熱い
第 9 回	ハウステンボス (HTB) の考察① 倒産からカリスマ経営者による再生
第 10 回	HTB の考察② V 字回復を実現した数々のアイデアと今後の、戦略
第 11 回	サンリオピューロランドの考察 女性社長の改革が奇跡の V 字回復を生む
第 12 回	その他のテーマパーク① ジブリパーク
第 13 回	その他のテーマパーク② メイキング・オブ・ハリーポッター
第 14 回	その他のテーマパーク③ 世界が注目する日本のエンターテインメントの今後
第 15 回	振り返り、理解度小テストの実施、最終課題レポートの提出

## 予習・復習

- ・予習：授業の最後に、次回の授業で取り扱うメインテーマやキーワード（関連する用語）を提示するので、それを予習として行った上で次回授業に臨むこと。
- ・復習：毎回の授業では「授業内課題シート」を記載し提出する。それを確実に習得することを課す。前半・後半に分けて「理解度小テスト」を2回実施し、復習状況のチェックとし、単位評定に反映する。

## 履修上の注意

- ・授業計画は変更になることがある。
- ・フィールドワークの実施、ゲストスピーカーの招聘によりシラバスの変更が生じることがある。
- ・フィールドワークを実践する際は、交通費などの実費を負担していただき、安全対策に留意して行う。
- ・講義の理解を深めるため、講義テーマと関連する動画を視聴することがあり、欠席者は視聴できない。
- ・授業開始から30分までは遅刻として受講を認める。30分以上遅れての入室は欠席扱いとする。遅刻3回で1回の欠席扱いとし、欠席の累計が5回を超えると単位付与は行わない。

## 到達目標

1. テーマパークの知識を身に付け、それに基づき問題点や課題を指摘することができる。
2. テーマパーク運営の実践に向けて、その方法を構想、立案ができる。
3. テーマパークの現状や課題を客観的に捉えることができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
理解度 (50%)	授業内容を十分理解し、設定した課題の全てを学修している。	授業内容をほぼ理解できており課題も一通り対応できる。	授業内容と課題は理解してはいるが、課題対応が十分でない。	最低限レベルの理解のため、課題の対応ができない。	内容についての理解ができていない。
課題解決能力 (30%)	何も参照せずに独自の能力で課題を解くことができる。	問題の趣旨を理解し、概ね回答を導くことができる。	授業のファイルを参照しながら解決箇所を探すことができる。	課題の意味は把握しているが授業内容の一部にも理解ができていない。	授業の内容も課題に対する理解もなく課題解決能力がない。
解法を文章で説明する力(レポート) (20%)	課題の趣旨を完全に理解し独自の視点から説得力のある記述ができる。	主張したい事柄に対する根拠をデータや先行研究で明記し、説得力がある。	理路整然とした記述ができず論理に飛躍があるため十分な説得力がない。	主張したい事柄に対する根拠を示すことはできるが記述にまとまりがない。	最低限の内容について説明ができる。

## 評価方法

以下の3項目を数値化し、それに受講姿勢と習得状況を精査した総合評価とする。

- ・平常点(毎回の授業内課題シートの提出) 50%
- ・理解度小テスト(前半・後半、2回実施) 30%
- ・最終課題レポート 20%

## テキスト

- ・テキストの指定はしない。スライドを準備し、必要に応じてプリントを配付する。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	後期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

## 授業概要

スポーツビジネスの新奇性や特殊性のみに焦点を当てることなく、スポーツビジネスの実務で活用できるマーケティングの考え方の枠組み（フレームワーク）とスポーツビジネスのマネジメントに欠かせないマーケティング戦略立案・戦術策定のための発想法を、担当教員の広告会社及びリサーチ会社でのスポーツビジネス実務経験に基づいて、具体的な事例を取り上げて講義する。

## 授業計画

授業回	授業内容
第 1 回	スポーツマーケティングとは？ スポーツマーケティングの定義／スポーツビジネスモデルとトリプルミッション
第 2 回	スポーツビジネスとマーケティングの基本 ① 日本プロ野球の概略／横浜 DeNA ベイスターズにみるスポーツビジネスの特徴
第 3 回	スポーツビジネスとマーケティングの基本 ② 横浜 DeNA ベイスターズのマーケティング戦略と戦術
第 4 回	スポーツビジネスとスタジアム・アリーナのマーケティング スタジアム・アリーナの重要性／プロスポーツチームによるスタジアムの所有・管理
第 5 回	スポーツビジネスとメディア テレビ放映権／ネット配信事業者・SNS プラットフォーマーが獲得した放映権
第 6 回	スポーツビジネスと広告・プロモーション スポーツとスポンサーシップ／若者をつながるための新しい潮流（e スポーツ）
第 7 回	オリンピックのマーケティング 世界 No.1 のイベントブランド／オリンピックのブランドエクイティと課題
第 8 回	FIFA ワールドカップのマーケティング 世界 No.1 のスポーツコンテンツ／FIFA ワールドカップのマーケティング課題
第 9 回	ヨーロッパのサッカーリーグ・クラブのマーケティング プレミアリーグ／ブンデスリーガ／ラ・リーガ／セリエ A／リーグ・アン
第 10 回	アメリカのプロスポーツのマーケティング NFL／MLB／NBA／NHL／MLS
第 11 回	日本のプロスポーツのマーケティング プロ野球／J リーグ／バスケットボール／ラグビー
第 12 回	スポーツ用品メーカーのマーケティング アディダス／ナイキ／アシックス／プーマ
第 13 回	スポーツビジネスによる地方創生 地域マーケティング／e スポーツによる地方創生
第 14 回	スポーツ関連企業のマーケティング活動の実例を調べる（グループワークによる資料作成） どのような人に・どのような価値を・どのように届けているのか
第 15 回	スポーツ関連企業のマーケティング活動の実例を発表する（グループによるプレゼンテーション） どのような人に・どのような価値を・どのように届けているのか

## 予習・復習

- ・予習：講義で取り上げるテーマは、必ずチェックすること（授業内で事前準備の指示あり）。
  - ・復習：興味や関心を持ったこと／理解できなかったこと／感想や要望／質問などを、毎回配付するシート（ミニットペーパー）に記入し、次回講義までに必ず提出すること（他に、授業内で提出課題の指示あり）。
- ※予習・復習ともに、指示した課題については、授業内で発表・討議する時間を設ける。

## 履修上の注意

1. 身近なプロスポーツチームやクラブ、スポーツ用品メーカー・小売店、スポーツ施設、スポーツイベント等のマーケティング活動を想定し、講義で解説するテーマに当てはめて考える習慣を身につけること。
2. 受講者の理解度などに応じて、授業内容を変更することがある。
3. 交通機関の遅延等を除き、遅刻は原則認めない（やむを得ない事由の場合には要事前連絡）。
4. 常識を逸脱したり、社会のルールを守れない場合には退室を命じる。

## 到達目標

1. スポーツビジネスモデルを理解し、スポーツビジネスの現状と課題・将来性を説明することができる。
2. マーケティングの考え方の枠組み（フレームワーク）を理解し、スポーツビジネスに応用することができる。
3. 身近なプロスポーツチームやクラブ、スポーツ用品メーカー・小売店、スポーツ施設、スポーツイベント等の「マーケティング戦略と戦術」を説明することができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
スポーツビジネスの課題・将来性の説明 (30%)	スポーツビジネスモデルの知識の習得にとどまらず、分析力や創造力を発揮して、スポーツビジネスに関する説明ができる。	スポーツビジネスモデルのフレームワークを用いて、スポーツビジネスに関する説明ができる。	スポーツビジネスモデルの基本とフレームワークを説明できる。	スポーツビジネスモデルの基本を理解しているが、フレームワークまでは説明できない。	スポーツビジネスモデルの基本もフレームワークも十分に説明できない
マーケティングのスポーツビジネスへの応用 (30%)	マーケティングの知識の習得にとどまらず、分析力や創造力を発揮して、スポーツビジネスに関する説明ができる。	マーケティングのフレームワークを用いて、スポーツビジネスに関する説明ができる。	マーケティングの基本とフレームワークを説明できる。	マーケティングの基本を理解しているが、フレームワークまでは説明できない。	マーケティングの基本もフレームワークも十分に説明できない
スポーツ関連企業のマーケティング活動の説明 (40%)	スポーツ関連企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠と論理的な説明に基づき、正確かつ説得力のある結論を導いている。	スポーツ関連企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠に基づき、論理的な説明がほぼできている。	スポーツ関連企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠を示して概ね正確に説明しているが、読み手を納得させる書き方や結論となっていない。	スポーツ関連企業のマーケティング戦略と戦術について、一部根拠を示しているが、参照したデータや文章の意味を取り違えたり、論理的な説明ができていなかったりする。	スポーツ関連企業のマーケティング戦略と戦術について、根拠がまったく示されておらず、情緒的な文章が続く、論理的な説明ができていない。

## 評価方法

後期定期試験 40%、グループワークによる資料作成とプレゼンテーション 30%、受講態度 30%

## テキスト

- ・ 特定の教科書は使用せず、必要に応じて資料を配付する。
- ・ 講義で用いた資料は Microsoft Teams の「スポーツマーケティング論」のチームにある「クラスの資料」のフォルダーにアップロードする（必要に応じてダウンロードすること）。

年次	時期	単位	卒業	区分
1・2年	前期	2	選択	専門科目 選択

※実務経験のある教員による授業科目

### 授業概要

起業する・しないに関わらず、将来のビジネス実務において、自ら考え主体となって働くことの意義と大切さを学ぶために、「ベンチャースピリット／アントレプレナーシップ」を『起業家の精神と行動能力』と定義し、担当教員の GMO インターネットグループへの参画と経験で得た実務経験に基づいて、ベンチャービジネスの具体的な事例を取り上げて講義する。

### 授業計画

授業回	授業内容	
第 1 回	イントロダクション (ベンチャースピリット／アントレプレナーシップを学ぶことの重要性) ベンチャービジネスの定義／伝統的企業との違い／イノベーションとは？	
第 2 回	(1) 事業機会の発見とアイデア考案	(2) ケーススタディ：萌芽期のベンチャービジネス① 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 3 回	(1) 弱者が圧倒的に勝つための法則	(2) ケーススタディ：萌芽期のベンチャービジネス② 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 4 回	(1) 儲ける仕組み (ビジネスモデル)	(2) ケーススタディ：萌芽期のベンチャービジネス③ 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 5 回	(1) 目標を達成するための作戦	(2) ケーススタディ：萌芽期のベンチャービジネス④ 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 6 回	(1) 事業計画の立案 (リスタートアップ)	(2) ケーススタディ：成長期のベンチャービジネス① 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 7 回	(1) チームビルディング	(2) ケーススタディ：成長期のベンチャービジネス② 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 8 回	(1) ベンチャーのマーケティング	(2) ケーススタディ：成長期のベンチャービジネス③ 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 9 回	(1) 事業の成長	(2) ケーススタディ：成長期のベンチャービジネス④ 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 10 回	(1) お金の調達	(2) ケーススタディ：発展期のベンチャービジネス① 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 11 回	(1) 総括 ①：ベンチャースピリット	(2) ケーススタディ：発展期のベンチャービジネス② 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 12 回	(1) 総括 ②：ゴールの先にあるもの	(2) ケーススタディ：発展期のベンチャービジネス③ 受講生同士や担当教員とのディスカッション
第 13 回	ベンチャービジネスの実例を調べる (グループワークによる資料作成) ビジネスモデル／戦略目標と戦術／成長の要因／ベンチャースピリットなど	
第 14 回	ベンチャービジネスの実例を調べる (グループワークによる資料作成) ビジネスモデル／戦略目標と戦術／成長の要因／ベンチャースピリットなど	
第 15 回	ベンチャービジネスの実例を発表する (グループによるプレゼンテーション) ビジネスモデル／戦略目標と戦術／成長の要因／ベンチャースピリットなど	

### 予習・復習

- ・ 予習：教科書の指定された範囲を必ず講義までに読み、自分の意見をまとめておくこと (他に、授業内で事前準備の指示あり)。
- ・ 復習：興味や関心を持ったこと／理解できなかったこと／感想や要望／質問などを、毎回配布するシート (ミニットペーパー) に記入し、次回講義までに必ず提出すること (他に、授業内で提出課題の指示あり)。

※予習・復習ともに、指示した課題については、授業内で発表・討議する時間を設ける。

## 履修上の注意

1. 授業内容は、前半「(1)講義形式」、後半「(2)指定テーマについてのディスカッション（アクティブラーニング形式）」とする。
2. 経済や産業の変化、最先端テクノロジーの進化や業界のトレンドを自ら学び、どの事象が自身にとって重要な出来事なのかを考え、将来のキャリアの方向性を見出すこと。
3. ベンチャー（スタートアップ）企業のホームページやニュース記事、起業家の著書などを調べる習慣を身につけること。
4. 受講者の理解度などに応じて、授業内容を変更することがある。
5. 交通機関の遅延等を除き、遅刻は原則認めない（やむを得ない事由の場合には要事前連絡）。
6. 常識を逸脱したり、社会のルールを守れない場合には退室を命じる。

## 到達目標

1. 自ら考え主体となって働くために（もしくは、起業・事業創造に）必要不可欠なマインドセットとスキルであるベンチャースピリット／アントレプレナーシップを理解する。
2. 「ベンチャービジネスの実例（または、オリジナルのビジネスプラン）」を説明することができる。

## ルーブリック

評価項目	評価基準				
	期待している以上である	十分に満足できる	やや努力を要する	努力を要する	相当の努力を要する
ベンチャースピリット／アントレプレナーシップの理解（40%）	ベンチャースピリット／アントレプレナーシップの理解にとどまらず、事業構想力まで習得できている。	ベンチャースピリット／アントレプレナーシップを理解している。	ベンチャービジネスの特徴を理解している。	ベンチャービジネスの特徴をある程度理解している。	ベンチャースピリット／アントレプレナーシップもベンチャービジネスの特徴も理解していない。
ベンチャービジネスの実例の説明（60%）	特定のベンチャービジネスについて、根拠と論理的な説明に基づき、正確かつ説得力のある結論を導いている。	特定のベンチャービジネスについて、根拠に基づき、論理的な説明がほぼできている。	特定のベンチャービジネスについて、根拠を示して概ね正確に説明しているが、読み手を納得させる書き方や結論となっていない。	特定のベンチャービジネスについて、一部根拠を示しているが、参照したデータや文章の意味を取り違えたり、論理的な説明ができていなかったりする。	特定のベンチャービジネスについて、根拠がまったく示されておらず、情緒的な文章が続き、論理的な説明ができていない。

## 評価方法

前期定期試験 40%、グループワークによる資料作成とプレゼンテーション 30%、受講態度 30%

## テキスト

- ・教科書名：クレイジーで行こう！ グーグルとスタンフォードが認めた男、「水道管」に挑む
- ・著者名：加藤 崇
- ・出版社名：日経 BP 社
- ・出版年（ISBN）：2019年（978-4-8222-8958-4）

※講義で用いた資料は Microsoft Teams の「ベンチャービジネス論」のチームにある「クラスの資料」のフォルダーにアップロードする（必要に応じてダウンロードすること）。