

教員名	外山 昌樹	所属学科	観光政策学科
<p><b>【ゼミでは何を学ぶのか】</b></p> <p>本ゼミナールは、観光マーケティングを研究対象とします。観光マーケティングというと、ホテルや旅行会社といった個別企業のマーケティングをイメージする方が多いと思いますが、本ゼミナールでは、そうした個別企業に加えて、観光地のマーケティングについても学びます。</p>			
<p><b>【どのように学ぶのか】</b></p> <p>2年次では、まずテキストの輪読を行います。各回の担当者が事前に作成したレジュメを基に発表を行い、その内容についてのディスカッションを行っていきます。また、基礎演習では、情報検索能力やプレゼンテーション能力の向上を目指したグループワークの実施を予定しています。学外でのフィールドワークも必要に応じて実施します。</p> <p>3年次では、観光マーケティングに関連する研究テーマを立案し、各種調査を行い、その成果を国内学会で発表することや、アンケート調査の実習などを想定しています。4年次では、個人で卒業論文を作成していきます。</p>			
<p><b>【学んだことはどのように生かせるのか】</b></p> <p>本ゼミナールでは、情報検索能力、文献読解能力、調査能力、プレゼンテーション能力の向上を図ります。これらは、学術研究のみならず、仕事をする際にも必要となりますので、本ゼミナールでの学びは、社会人生活に役立つことが期待されます。</p>			
<p><b>【おすすめの入門書・基本テキスト】</b></p> <p>岩崎邦彦（2019）『地域引力を生み出す 観光ブランドの教科書』日本経済新聞出版  森岡毅（2016）『U S J のジェットコースターはなぜ後ろ向きに走ったのか？』角川文庫  角幸治（2021）『玉造温泉の奇跡—観光ブランディング入門』GOEN出版</p>			
<p><b>【まだ見ぬ君へのメッセージ】</b></p> <p>皆さんと一緒に学び合いながら、ゼミナールを実りあるものにしていきたいと思えます。</p>			