

| | | | |
|-------|----------------|-------|----------|
| 授業科目名 | 観光メディア論 | 科目コード | G2503L02 |
| 英文名 | Tourism Media | | |

| | | | |
|------|---------------|--|--|
| 科目区分 | 観光専攻科目 - 地域観光 | | |
|------|---------------|--|--|

| | | | |
|-------|--------|-------|--------|
| 職名 | 准教授 | 担当教員名 | 大谷 友男 |
| 学部 | 現代社会学部 | 学科 | 現代社会学科 |
| 曜日 | 月曜日 | 時限 | 3限目 |
| 開講時期 | 2年後期 | 授業の方法 | 講義 |
| 必修・選択 | 選択 | 単位数 | 2単位 |

| | | | | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|
| 授業の概要 | <p>情報伝達的手段である「メディア」と観光の関係について学びます。前半では、観光の動向について知るためのさまざまな「メディア」について学び、3年次以降の専門演習や卒論に向けて「調べる方法」を習得します。後半では、集客のためのツールとしての「メディア」について学び、3年次以降の観光企画論や卒業後に実際に集客に関わる際の基礎知識として役立てます。</p> | | | |
|-------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|--|--|

| | | | | |
|-------|------|------|----|---------|
| キーワード | メディア | 調査方法 | PR | マーケティング |
|-------|------|------|----|---------|

| | | | | |
|------|------------------------------------------------------|--|--|--|
| 到達目標 | 観光の動向を知るための方法について理解できる。(50%) | | | |
| | 集客のためのツールとしてのメディアにはどのようなものがあり、どのように活用できるか理解できる。(50%) | | | |
| | | | | |
| | | | | |

| | |
|------------|-------------------------|
| ディプロマポリシー | 3.スペシャリストとしての能力(専門性の向上) |
| カリキュラムポリシー | 観光に関する専門性の向上 |

| キー・コンピテンシー(重視する能力) | | | | |
|--------------------|-----|-------|-------|-------|
| コミュニケーション力 | 協働力 | 課題解決力 | 人間理解力 | 教育支援力 |
| | | | | |

| 教授方法(授業方法) | | | | | |
|------------|-------|----------|--------|------------|--------------|
| 知識教授型 | 対話型授業 | 演習・反復型授業 | グループ演習 | 地域フィールドワーク | 授業外学修指導・自主活動 |
| | | | | | |

授業計画

| 回数 | 授業内容 詳細 | 標準時間 |
|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|
| 第1回 | <p>【ガイダンス】 講義のねらい、年間計画、進め方のほか、評価方法について説明します。講義を受ける皆さんには、日々のニュースにアンテナを張ってもらいたいと考えていますので、効果的な情報収集方法やチェックしてほしい情報源についても解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】</p> | |
| 第2回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア マスコミ（テレビ・新聞）】 観光を取り巻く状況や業界の動きを知る上で身近なメディアであるテレビや新聞の特徴、ニュースの見方について解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。</p> | |
| 第3回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア 経済誌・紙】 観光を取り巻く状況や業界の動きを知る上で、経済専門誌・紙にはどのようなメディアがあるか、新聞と雑誌の違いも含めたニュースの見方について解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。</p> | |
| 第4回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア 業界誌・紙】 観光に特化した専門の雑誌や新聞も多数存在します。普段の生活にはなじみの薄いこれらのメディアにはどのようなものがあるか解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。</p> | |
| 第5回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア 行政情報】 観光ビジネス（産業）を取り巻く動きについては、国や県などがまとめているレポートや観光振興のための政策などが適宜公表されています。これらの情報源と政策の活用について解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。</p> | |
| 第6回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア オウンドメディア】 オウンドメディア（Owned Media）とは自社で保有している媒体のことです。インターネットの普及により観光業界の動きを知る上でオウンドメディアも重要な情報源となっています。その概要について解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義で提出してください。</p> | |
| 第7回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア SNSなど新しいメディア】 近年では観光ビジネスの動向を知る上でSNSも有効な情報源です。業界動向の情報収集のツールとしてのSNSについて解説します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。</p> | |
| 第8回 | <p>【観光の動向を知るためのメディア ビッグデータ分析ツール】 近年ではビッグデータを活用した観光動向の分析も可能になっています。なかでも政府が主導して整備しているRESASや観光予報プラットフォームは無料で使えるツールであり、その活用方法について説明します。</p> | |
| | <p>【予習】</p> | |
| | <p>【復習】 その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。</p> | |

| | | |
|------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 第9回 | 【集客のためのツールとしてのメディア マーケティングとは】 後半からは集客のためのツールとしてのメディアについて説明します。後半の第1回は集客の基礎となるマーケティングの考え方について概要を解説します。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。 | |
| 第10回 | 【集客のためのツールとしてのメディア 「伝わる」発信とは何か？】 前回講義のマーケティングの考え方をもとに、「伝わる」情報発信とはどのようなものか、について解説します。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。 | |
| 第11回 | 【集客のためのツールとしてのメディア 旅行会社・交通事業者とのタイアップ、プロモーション】 集客を図る上で、外部の力を借りることは多々あります。とくに観光業界では集客に大きな力を持つ旅行会社や交通事業者とのタイアップやプロモーションについて解説します。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。 | |
| 第12回 | 【集客のためのツールとしてのメディア CM、オウンドメディア、SNSによる発信】 インターネットやSNSの普及により自らが情報発信をすることも容易になりました。また伝統的にはCMといった手法もあります。これらの自らが発信するツールについてその特徴や課題を解説します。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。 | |
| 第13回 | 【集客のためのツールとしてのメディア マスメディアとのタイアップ・パブリシティ】 旅行会社や交通事業者とのタイアップ、自らの情報発信のほかにもマスメディアとのタイアップによる発信と集客という手法もあります。その特徴や課題について解説します。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。 | |
| 第14回 | 【集客のためのツールとしてのメディア 口コミサイトの影響力】 近年「口コミサイト」は集客を図る上で、大きな力を持つようになってきました。その影響力や課題について解説します。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】その日の講義のポイントについての課題を出します。次回の講義までに提出してください。 | |
| 第15回 | 【まとめ】 これまでの講義のまとめをします。 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】試験に向けてこれまでの講義を振り返ってください。 | |
| 第16回 | 試験 | |
| | 【予習】 | |
| | 【復習】 | |

| | | | |
|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|--------------------------|
| 評価方法 | <p>授業態度（授業への貢献度：20%）、授業課題（30%）、期末試験（50%）で総合的に評価します。 また、ディプロマポリシーとの関連においては、人間性：10%、社会性：10%、専門性：80%で評価します。 到達目標に関しては、富山国際大学成績評価基準に従って評価します。</p> | | |
| 使用資料 <テキスト> | <p>テキストは使用しません。講義の中で必要に応じてレジュメや資料を配布します。</p> | 使用資料 <参考図書> | <p>講義の中で必要に応じて紹介します。</p> |
| 授業外学修等 | <p>日々の生活の中で、さまざまなメディアに触れると思います。折に触れて、講義の内容と照らし合わせたり、自身が関心を持つ情報源についてはフォローするなど、高い好奇心を持って観察してください。</p> | | |
| 授業外質問方法 | <p>授業終了後ならびにオフィスアワー以外でも研究室に滞在中はいつでも質問を受け付けます。</p> | | |
| オフィス・アワー | | | |