

科目名： マーケティング&セールス

単位/授業時間/期間	2 単位/48 時間/年間	学科・学年	ホテル科 2 年<必修>
講師名	木島 上	資格等	職業教育・キャリア教育財団 専修学校専門課程教員認定
授業の概要と講師の実務経験	商品やサービスの価値を高め、自社を選んで買い続けていただくという「売れる仕組みづくり」について学ぶ授業。講師はホスピタリティ開発の専門コンサルタントで、広告制作会社のコピーライターや、国内外でのホテル実務経験、ホテル専門学校の副校長などの経歴を持つ。		
ねらい・到達目標	①マーケティングの基礎を学び、「ハピネスと売上げづくりの仕掛け人」への志向性を高める。 ②ホスピタリティ関連業界におけるマーケティングとセールスにつき、課題意識を持つ。 ③個の気づきやアイデアを活かす風土づくり、チーム力を高めて行く方法論を学ぶ。 ④効率的に読書し、それを仕事に活かして行くノウハウを習得する。		
検定試験	なし		
使用テキスト (出版社名)	①『お金をかけずに売上を上げるマーケティング入門』（上杉恵理子著 ぱる出版） ②『小が大を超えるマーケティングの法則』（岩崎邦彦著 日本経済新聞出版社） ③『トップも知らない星野リゾート』（前田はるみ著 PHP 研究所） テキストに加え、オリジナル教材プリントを適宜配布		
評価方法	知識 40 点・・・前期は「マーケティング基本用語 50」のテストにて、後期は期末テストにて 態度 20 点・・・授業中の集中度や積極性（問いかけへの反応、自分からの発言、質問の多寡）にて 技能 30 点・・・前期はグループワークの成果（発表内容）にて、後期は課題レポートにて 出席 10 点・・・出席率 70%以上で 5 点、80%以上で 8 点、90%以上で 10 点		
授業内容 (前期)	回数	授業時間	授業項目
	第 1 回	2	授業の説明、「ハピネスと売上げづくりの仕掛け人」という考え方、効率的な読書のコツ テキスト①第 1 章をもとに： マーケティングとは、「売れる仕組み」をつくること
	第 2 回	2	テキスト①第 2 章をもとに： 3C 分析（自社の強みと弱み、顧客の特性、競合の状況） テキスト①第 3 章をもとに： STP（どのカテゴリーで、どんな方々に、どんな位置づけで売るか）
	第 3 回	2	テキスト①第 4 章をもとに： 4P 戦略（何を、いくらで、どのルートで、どう動機づけして売るか） テキスト①第 5 章をもとに： 消費者行動モデル（AIDMA、AISAS、SIPS）
	第 4 回	2	テキスト①第 6 章をもとに： クロス SWOT 分析（その他おおぜいから抜け出す発想ツール） テキスト①第 7 章をもとに： 新時代の CRM、「コト消費」と経験価値、感性消費
	第 5 回	2	テキスト②第 1 章をもとに： 「理性と感性」、「機能的価値と情緒的価値」 事例検証（卸・小売業編）： 「花ではないものを売る花屋」、「客が途切れない布団店」 他
	第 6 回	2	テキスト②第 2 章、第 3 章をもとに： 小規模事業のメリットを活かす「逆転マーケティング」発想 事例検証（サービス業編）： 「一日百食だけの飲食店」、「朝礼に見学者が来る飲食店」 他
	第 7 回	2	テキスト②第 4 章をもとに： USP（“ならでは”の顧客価値）を創り、見合う価格で売れ 「マーケティング用語 50」の解説 Part 1
	第 8 回	2	テキスト②第 6 章をもとに： 伝わるように伝えるデリバリー・スキル（表現力）と CRM 「マーケティング用語 50」の解説 Part 2
	第 9 回	2	「マーケティング用語 50」のテスト 売上げ向上の 5 原則 ①新規顧客の創造 ②既存顧客の流出抑止 ③リピート率を上げる ④高くても売れる工夫 ⑤まとめ買いや抱き合わせ買いを誘う工夫
第 10 回	2	グループワーク／課題の分析（売りの部分はどこか、どう売ればもっと売れるか etc.） グループワーク／ブレイン・ストーミング（アイデア出し）	

(前期)	第 11 回	2	グループワーク／プランのまとめ作業
			グループワーク／プランの発表準備作業
	第 12 回	2	グループワーク／成果発表
			前期授業内容の総括と要点整理

授業内容 (後期)	第 13 回	2	マーケティングとセールスの違い、宿泊・料飲・宴会会部門のマーケティングとセールス
			視聴覚教材／黙っていても客が集まる人気 No.1 旅館の舞台裏
	第 14 回	2	チェーン展開の仕組みとマーケティング & セールス上のメリット
			視聴覚教材／航空会社系チェーンホテルの新人女性コンシェルジュ
	第 15 回	2	ホテル経営を取り巻く環境の変化と、「内部顧客」の考え方
			視聴覚教材／大震災による経営危機を乗り越えた老舗旅館の結束力
	第 16 回	2	「任せて見守る」というチーム・マネジメント
			視聴覚教材／星野リゾートのマーケティングと組織風土づくり
	第 17 回	2	クレドを活用した信頼と共感の関係性づくりと、クレド導入の成果事例
			視聴覚教材／一流コンシェルジュと仲間たちが生む、最高の Customer Satisfaction
	第 18 回	2	テキスト③第1章をもとに：「人を動かす」から「人が動く」へ(現場主導型マネジメント)
			視聴覚教材／やる気を失った鉄道会社系ホテルをよみがえらせた支配人
第 19 回	2	テキスト③第2章をもとに：「魅力的なビジョン」と、業界常識に捉われない「イノベーション」	
		視聴覚教材／外資系と競う日系高級ホテルと、新業態の都心型旅館	
第 20 回	2	テキスト③第3章をもとに：「物語」と「共感力」によるチーム・ビルディング	
		視聴覚教材／若きオーナーシェフと仲間たちによる「小さな島のレストラン」	
第 21 回	2	ホテル改革事例：合理的で働きやすい現場づくりと、フレンドリーで臨機応変のサービス	
		視聴覚教材／立地不遇 & 巨額負債からV字回復した老舗旅館	
第 22 回	2	今後のホテル業界とマーケティング & セールス	
		視聴覚教材／観光立国化に向けたさまざまな課題	
第 23 回	2	これまでの総括と、試験に関する説明	
		討議／マーケティング & セールスの観点から仙台YMCA国際ホテル製菓専門学校を語る	
第 24 回	2	後期末テスト	
		ホテル・マーケティングの最新事情と注目の事例、今後のための情報源	