

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
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『ここからはじめる実践マーケティング入門』（グロービス著 デイカガア・トウエンティウ） 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 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 1 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 1 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 1 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 2 章～第 4 章をもとに：市場の調査および分析（市場と顧客を知るための基本）	
	第 4 回	2	テキスト①第 8 章～第 9 章をもとに：新時代の CRM、「コト消費」と経験価値マーケティング 討議／「最近お気に入りの店、商品、CM と、その理由」	
	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）：「花を売らない花屋」 青山フラワーマーケット（生花店）、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）：「あっぱれ！な説明」 玉ゐ（あなご料理店）、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）	
	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 伝わるように伝えるデリバリー・スキル（＝表現力）と CRM		