

[観光マネジメント学科 履修モデル]

●モデル名： サービス・コミュニケーションモデル（SCM）								
観光業における接客、行動心理、交流スキルを磨き、サービス業の即戦力人材を育成する学びのモデルです。2 年次までは、主に観光の基本とサービス業におけるコミュニケーションの重要性について学びます。3 年次からは、各サービス業の経営について学び、ゼミナールを通じて顧客との円滑な交流を実現し、顧客が企業や商品に対して抱く強い感情的な絆と信頼関係を築く仕組みを学びます。								
[将来の進路] 一般企業(交通系(鉄道・航空)、飲食業・宿泊業、医療・福祉、サービス業全般)、営業職、事務職、販売・接客業務 など								

※モデルに記載のある科目のうち、赤字は必修科目、科目名に下線のあるものは「観光アンバサダー認定プログラム」対象科目

<学部共通科目>

学年	1		2		3		4	
セメスタ	1	2	3	4	5	6	7	8
大学基盤	考える力 商学基礎	基礎ゼミ A	基礎ゼミ B	アカデミックライティング				
実効型実践	情報リテラシー1	情報リテラシー2	ライフキャリア概論		ワークキャリア開発			
総合コミュ	英語 C1 or 中国語 C1	英語 C2or 中国語 C2	英語 C3 or 中国語 C3	英語 C4 or 中国語 C4				
総合教養	経済学入門 法律とコンプライアンス							

<学科専門科目>

学年	1		2		3		4	
セメスタ	1	2	3	4	5	6	7	8
専門基盤		観光概論 観光・サービス経営論 地域と観光 経営学概論	観光資源論 サービス・マーケティング論					
深化発展			観光情報論 観光コミュニケーション論 商業・流通入門 マーケティング概論	観光文化論 横浜の観光計画と課題 横浜観光演習 情報社会の倫理 ビジネスと AI データサイエンス入門	ゼミナール 1 宿泊ビジネス論 フードビジネス論 レジャー産業論 観光行動論 会計学入門	ゼミナール 2 観光交通論 観光サービス実務演習 サービスデザイン	ゼミナール 3	ゼミナール 4