

講義名	スポーツマーケティング			授業形態	
担当教員	山口 志郎	開講期・曜日・時間	前期 水曜日 1 時限		
		単位数	2	履修開始年次	2 年生

主題と概要

スポーツマーケティングには、スポーツ自身の価値を高める「スポーツのマーケティング (marketing of sport)」と、企業がスポーツを活用しながら商品や価値を高める「スポーツによるマーケティング (marketing through sport)」の2種類がある。本授業では、前者を理解するためにスポーツ消費者 (参加者と観戦者) とスポーツイベント、プロスポーツリーグ、及びチーム経営について、後者を理解するためにスポンサーシップについて学ぶ。また本授業では、スポーツを商品として捉えた際のマーケティング戦略・プランについて考える。

到達目標

本授業の到達目標は、以下の通りである。
 1) スポーツマーケティングに関する専門的な知識を習得できるようになる。
 2) スポーツマーケティングに関する実践的な問題意識を明確化できるようになる。
 3) スポーツマーケティング戦略の企画・立案力を習得できるようになる。

提出課題

授業終了後に、その日の感想・質問・ポイント等を小レポート (レスポンス) として提出してもらおう。また、授業内で学んだ知識や情報を基に、マーケティングプランの発表を個人またはグループで行ってもらう。

課題 (レポートや小テスト等) に対するフィードバックの方法

毎回の小レポート課題は、レポート評価をした後、学生にフィードバックし、レポートの書き方やクリティカルシンキングのための考え方を個別または授業全体で解説する。

評価の基準

中間レポート 40%
 マーケティングプラン 40%
 小レポート 20%

履修にあたっての注意・助言他

私語厳禁、提出物の期限厳守、書籍や資料の適読。授業計画は、進行状況により多少前後、変更する場合あり。

教科書

. 使用しない。

参考図書

. なし。

その他

プリント資料は必要に応じて配布する。参考図書は以下の書籍である (購入する必要なし)。
 1. スポーツマーケティング (原田宗春 編著 日本身体・松田宏高 著 大修館書店)
 2. Sport Marketing: A Strategic Perspective 4th ed. (Matthew Shank 著 Pearson Education, Inc)
 3. Sport Marketing 4th ed. (Bernard J. Mullin, Hardy Stephen, William A. Sutton 著 Human Kinetics Pub)
 4. Strategic Sport Marketing 4th ed. (David Shilbury, Hans Westerbeek, Shayne Quirk, Daniel Funk, Adam Karg 著 A & U)

授業計画

- イントロダクション: スポーツマーケティングとは
 予習内容: シラバス、特に主題と概要、到達目標を事前に確認すること。また、スポーツマーケティングに関して、自身が興味を持った内容をまとめたうえで、授業に出席すること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- 戦略的マーケティングプラン
 予習内容: 戦略的マーケティングプランに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- スポーツプロダクトの特性
 予習内容: スポーツプロダクトの特性に関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- スポーツ消費者: 参加者
 予習内容: スポーツ消費者: 参加者に関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- スポーツ消費者: 観戦者
 予習内容: スポーツ消費者: 観戦者に関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- マーケットセグメンテーションとターゲットマーケティング
 予習内容: マーケットセグメンテーションとターゲットマーケティングに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- マーケティング・ミックス
 予習内容: マーケティング・ミックスに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- マーケティングプラン発表に向けたグループワーク
 予習内容: マーケティングプラン発表に向け、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- プロモーション
 予習内容: プロモーションに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- スポンサーシップ
 予習内容: スポンサーシップに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- アンブッシュマーケティング
 予習内容: アンブッシュマーケティングに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- スポーツツーリズム、まとめ
 予習内容: スポーツツーリズムに関して、指示された内容について情報収集をすること。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- マーケティングプラン発表
 予習内容: マーケティングプランの発表を行う学生の資料を確認し、内容についてまとめておくこと。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)
- マーケティングプラン発表
 予習内容: マーケティングプランの発表を行う学生の資料を確認し、内容についてまとめておくこと。(120分)
 復習内容: 講義資料の整理・復習をし、理解を深めること。また、レスポンスに本日の講義に関する内容をまとめ、提出すること。(120分)

授業形態 (アクティブ・ラーニング)

ア: PBL (課題解決型学習)	<input type="radio"/>	イ: 反転授業 (知識習得の要素を授業外に済ませ、知識確認等の要素を教室で行う授業形態)
ウ: ディスカッション、ディベート	<input type="radio"/>	エ: グループワーク
オ: プレゼンテーション	<input type="radio"/>	カ: 実習、フィールドワーク
キ: その他 (A-L 型であるけれども、以上の項目のいずれにも該当しない場合)		

卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連

< 学科共通 >
 まずは高年齢化社会が進む現代社会において、子どもから高齢者までの広範囲にわたる健康分野に関する基礎知識を身に付け、健康関連産業やスポーツ関連産業で就業することができる。「生きる」「まかせる」の視点を踏まえながら、スポーツをキーワードとした専門的かつ実践的な知識を身に付けることができる。
 < スポーツマネジメントコース >
 「生きる」「まかせる」の視点で、スポーツをキーワードとするマーケティングのノウハウを学ぶことができる。スポーツマーケティングには、「生きる」「まかせる」の視点を盛り込んだマーケティング企画を学生自ら考え、健康産業やスポーツ産業などの多様な社会的背景と今後の課題と対応策について、分析、評価、企画を行うことができる。スポーツに関連するマーケティング企画を通じて、地域の社会課題解決を目指すことから、DP に貢献し得る科目である。

双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述

レスポンスを活用した参加型授業やQRコードを読み取り、アンケートに答えてもらいながら、学生の理解を深める授業などを展開する。

実務経験の有無及び活用

実務経験あり: スポーツ関連企業やスポーツイベント、健康関連産業とのネットワークを活かし、ゲスト講義の依頼や現場実習 (フィールドワーク)、担当者へのプレゼンテーション機会を創出する。

備考