

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					
<p>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 (参加者と観客) 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。</p>					
到達目標					
<p>本授業の到達目標は、以下の通りである。</p> <ol style="list-style-type: none"> 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に基づき、マーケティングプランの発表をグループで行ってもらおう。					
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					
<p>中間レポート 40% マーケティングプラン 40% 小レポート 20%</p>					
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			
<p>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)。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. スポーツマーケティング (原田宗彦 著 藤本寿也・松岡宏高 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			
<ol style="list-style-type: none"> 1. イントロダクション：スポーツマーケティングとは 2. 戦略的マーケティングプラン 3. スポーツプロダクトの特性 4. スポーツ消費者：参加者 5. スポーツ消費者：観客者 6. マーケットセグメンテーションとターゲティング 7. グループワーク (マーケティングプランのテーマ設定) 8. プロモーション 9. スポンサーシップ+権利ビジネス 10. アップリッシュマーケティング 11. マーケティング・ミックス 12. スポーツツーリズム 13. マーケティングプラン発表 14. マーケティングプラン発表 15. マーケティングプラン発表 + まとめ 			
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)
<input type="radio"/>	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
<input type="radio"/>	オ：プレゼンテーション		カ：実習、フィールドワーク
	キ：その他 (A-L 型であるけども、以上の項目のいずれにも該当しない場合)		
準備学習 (予習・復習等) の具体的な内容及びそれに必要な時間			
<p>予習：各自今回の講義内容について、インターネットや新聞等を活用しながら自宅学習を実施しておくこと (2時間)。 復習：講義後に、本講義のまとめの部分を学生に提示するため、その部分の復習を毎回自宅で行うこと (2時間)。 課題：授業の最後に、毎回レポート課題を提示し、授業の最後または次の授業までに提出すること (2時間)。</p>			
卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目の関連			
<p>< 学科共通 > ますます高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つけ、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。 「する」「みる」「ささえる」の視点で、スポーツをキーワードとした専門的かつ実践的な企画運営を身に付けることができる。そのため、DPに貢献し得る科目である。</p> <p>< スポーツマネジメントコース > 「する」「みる」「ささえる」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では、「する」「みる」「ささえる」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る。よって、DPに貢献し得る科目である。 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して、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。</p>			
双方向授業の実施及びICTの活用に関する記述			
respon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			