

授業科目名	スポーツマーケティング論		授業形態	講義		授業科目区分	専門科目 (応用科目)		
担当教員名	隅野 美砂輝・萩原 悟一					補助担当者名			
単位数	2 単位		履修年次	3年次		受け入れ人数	60名		
授業の概要	スポーツに関するビジネスを行う際、一般のビジネスと同様にマーケティングの基本的な原理、知識、手法の理解は必要不可欠である。本授業では、主に講義を中心として、スポーツの分野に関してマーケティングの基本的な原理、知識、手法を概説する。スポーツに関するビジネスを効率的かつ効果的に行うための専門的・応用的な知識や考え方・意欲を身につける科目である。								
授業の到達目標 及び成績評価の 方 法	授業の到達目標		成績評価の方法						
			授業期間				定期 試験	その他	割合 %
			授業	テスト	レポート	発表			
	■認知的領域	スポーツ・マーケティングに関する知識を統合し、それ自体やその課題について分析し説明できる。マーケティングの視点から、スポーツを捉えることができる。	○		○	○	○		50
	■情意的領域	スポーツ・マーケティングについて興味・関心を持ち、積極的に学ぶ姿勢や、その課題解決に向かって意欲的に取り組む意思を持つ。	○		○	○	○		50
□技能的領域									
成績評価の基準	期末試験成績、課題の提出状況、出席状況により総合的に評価する。								
テキスト、教材 参 考 書	テキストはないが、以下の参考書を推薦する。 山崎利夫編著「健康フィットネス・マネジメント」サイエンティスト社 小川孔輔著「マーケティング入門」日本経済新聞出版社 グロービス・マネジメント・インスティテュート編著「新版MBAマネジメント・ブック」								
履修条件・ 関連科目	・1年次の履修は認めない ・「スポーツ社会学」「スポーツ産業論」「スポーツ経営・管理学概論」を履修しておくことが望ましい ・受入れ人数を超える場合は、以上の授業の履修状況・授業態度および成績により制限を行う可能性があるため、第1回目の授業には必ず出席すること。出席できない場合は事前に相談すること。		備考(教員メッセージ含む)						
オフィス・アワー	随時だが要連絡 msumino@nifs-k.ac.jp								
授業計画									
回	担当教員名	授業内容				授業時間外の指導等 (予習、復習、レポート等課題の指示)			
1	隅野 美砂輝 萩原 悟一	授業の進め方説明、スポーツ・マーケティングとは							
2	〃	スポーツにおけるマーケティングの意義・役割							
3	〃	スポーツ分野におけるスポンサーシップ							
4	〃	市場分析と顧客分析（環境分析、市場の機会と脅威、ターゲット市場）				課題：スポーツ関連企業・組織のSWOT分析図作成			
5	〃	市場をつかむ（マーケットリサーチ）							
6	〃	マーケティング・ミックス（製品、価格、流通、プロモーション）							
7	〃	製品、プログラム戦略（製品の概念、ポジショニング、製品の開発）				課題：ある製品・プログラムのポジショニング図の作成			
8	〃	製品、プログラム戦略（ライフサイクル、ブランド戦略）							
9	〃	価格戦略（価格設定）							
10	〃	価格戦略（価格設定、価格決定要因、ライフサイクルと価格）							
11	〃	流通戦略（流通チャンネルの種類、チャンネル構築のステップ）							
12	〃	プロモーション戦略（購買決定プロセス、戦略立案ステップ、戦略に影響する要因）							
13	〃	プロモーション戦略（広告、広報、販売促進）							
14	〃	スポーツ関連企業のマーケティング事例							
15	〃	まとめ 復習							
16	〃	学期末試験							