

授業概要

スポーツを「する・みる・支える」という視点に加え、スポーツマーケティングの視点から読み解く知識を習得し、理解を深めることを目標とします。スポーツマーケティングの基本的な知識、理論を学び、身の回りのあるスポーツ消費行動を考え、理解します。スポーツに関するビジネスの消費者がどのような特徴を持ち、何を消費しているのか、売れる仕組みづくり、ニーズの創造という視点から学び、経営資源をマネジメントできる実践力や応用力、そのための理論的背景を学んでいきます。

授業計画

第 1 回	ガイダンス、マーケティングについて（マーケティング論の復習）
第 2 回	スポーツを通じたマーケティング
第 3 回	スポンサーシップ①：プロモーション、歴史的変遷
第 4 回	スポンサーシップ②：ネーミングライツ、ライセンス、イベントスポンサー
第 5 回	スポーツのマーケティング
第 6 回	スポーツ消費者の理解①：スポーツ消費者の意思決定過程
第 7 回	スポーツ消費者の理解②：関係性マーケティング
第 8 回	売る仕組み（マーケティング戦略）
第 9 回	何をどこで売るか（プロダクト、立地・流通）
第 10 回	スポーツの価格（スポーツと価格、価格と需要、価格戦略）
第 11 回	スポーツの宣伝方法（プロモーション）
第 12 回	スポーツの商売相手（経験価値、レジャー活動）
第 13 回	顧客を知る（マーケティング・リサーチ）
第 14 回	スポーツイノベーション（顧客創造）
第 15 回	まとめ
第 16 回	学期末試験（筆記試験）

到達目標

本授業は、以下の2点を到達目標としています。

- ① スポーツマーケティングの基本的な用語の意味、理論を理解することができる。
- ② 身の回りのスポーツに関連する行為・ビジネスについて基本的な用語や知識、理論を用いて説明できる。

履修上の注意

- ・本授業は、マーケティング論の単位を取得していることが望ましい。マーケティング論で学んだことを本授業関連付けながら学習してください。スポーツをマーケティングの視点から学習します。
- ・単位の認定には、授業の総出席が試験を除き、2/3以上を必要とする。開始20分以降の入室は欠席扱いとする。遅刻、早退は3回をもって欠席1回分に換算する。

予習・復習

予習：授業計画に記載してあるテーマを基に事前学習をすること。わからなかった部分を把握しておいてください。

復習：事前学習に加え、授業で配布した資料を参考に重要な箇所を必ず理解できるよう振り返り学習を行ってください。

評価方法

- ・学期末試験 60%、毎時間授業要約レポート 30%、受講態度 10%で総合的に評価をする。

テキスト

授業ごとに資料を配布するためテキストの購入はない。参考文献は必要に応じて授業内で提示する。スポーツマーケティングについて詳しく勉強したい場合は、参考図書を教えます。