

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て講義します。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	スポーツの意義・スポーツマーケティングの意義
第 3 回	顧客を知る（マーケティング・リサーチ）
第 4 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 5 回	スポーツ消費者の理解②：関係性マーケティング
第 6 回	グループワーク①
第 7 回	売る仕組み（マーケティング戦略）
第 8 回	何をどこで売るか（プロダクト、立地・流通）
第 9 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 10 回	スポーツの宣伝方法（プロモーション）
第 11 回	グループワーク②
第 12 回	ブランディング
第 13 回	スポーツ・スポンサーシップ
第 14 回	※外部講師による講演
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、スポーツマネジメントに関連する基礎基本を中心に学んでいきます。理解を深めるために、授業内でグループワーク等することがあります。
- ・講義中は静かに、グループワーク等は活発に行ってください。授業を妨害する、不適切な行為を行うものは退室を命じることがあります。退出を命じられた場合、その授業は欠席扱いとします。
- ・単位認定には 10 回以上の出席（総授業数の 2/3 以上）が必要です。どんな理由であれ、公欠・配慮はありません。出席管理・体調管理・スケジュール管理を行ってください。また、開始 20 分以降の入室は欠席扱いとします。遅刻、早退は 3 回をもって欠席 1 回分に換算します。
- ・授業のルールは守るようにしてください。
- ・また、シラバスは状況（進捗・履修人数等）によって変更することがあります。

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 70%、毎時間授業要約レポート 30%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。