科目名	スポーツマーケティング　　Sports Marketing						
科目担当者	田中 賢一　　TANAKA Ken'ichi						
単位数	2	配当年次	2年	授業形態	講義	開講学期	前期
履修学部・学科［区分］ 他学部他学科履修	経営学部・経営学科［専門教育科目　専門科目］ 法学部・法律学科［専門教育科目　関連科目］					ディプロマポリシーとの関連	(4)(5)
授業の概要	スポーツとマーケティング。一見すると何ら関連性のない領域の話と捉えられがちですが、とても大きな関係性が存在しています。こんにちでは、プロフェッショナルからアマチュアまであらゆるスポーツが「ビジネス」のターゲットとして企業から注目されています。スポーツに関わる観光、ファッション、娯楽、音楽、サービスというようにあらゆる分野に存在しているスポーツ・マーケティングの仕組みについて理解します。さらにはグローバルな視点に立って、わが国におけるスポーツ・マーケティングの重要性について学んでいきます。						
授業の到達目標	①　スポーツに「参加」するケースと「観戦」するケースに大分類し、それぞれについて具体的な事例を示して説明できる。 ②　スポーツとステークホルダーの関係性について理解できる。 ③　高齢化社会におけるスポーツの重要性を理解し、マーケティングを実践できる。						

授業計画・内容		
	1	スポーツ・マーケティングとは
	2	スポーツ・マーケティングの展開
	3	スポーツにおけるステークホルダー
	4	ホスピタリティ産業としてのスポーツ
	5	スポーツ・マーケティングプロセス①：スポーツマーケティングミックスについて
	6	スポーツ・マーケティングプロセス②：スポーツの製品差別化について
	7	スポーツ・マーケティングとマスメディア（1）　スポーツに関与するメディアの種類
	8	スポーツ・マーケティングとマスメディア（2）　スポーツに関与するメディアの手法
	9	ブランド、ライセンシング、スポンサーシップ
	10	スポーツを通じた社会貢献事業
	11	少子高齢化とスポーツ・マーケティング
	12	スポーツビジネスの実例①　サッカー
	13	スポーツビジネスの実例②　野球
	14	スポーツビジネスの実例③　オリンピック
	15	まとめ

授業外学修 (事前学修)	毎回、授業範囲を予習し、専門用語の意味等をあらかじめ調べておきましょう（毎週 2 時間程度）
授業外学修 (事後学修)	毎回、授業内容について要点を整理し、不明な箇所を調べておきましょう（毎週 2 時間程度）

成績評価方法・評価比率・到達目標との対応	成績評価方法	評価比率	到達目標との対応
	定期試験 小レポート等	70% 30%	①②③ ②③

成績評価基準	秀：（評点 90 点以上）到達目標を極めて高い水準で達成している場合 優：（評点 80 点～89 点）到達目標を高い水準で達成している場合 良：（評点 70 点～79 点）到達目標を一定の水準で達成している場合 可：（評点 60 点～69 点）到達目標を最低限の水準で達成している場合 不可：（評点 60 点未満）到達目標に達していない場合
教科書	資料を配布します。
参考文献	なし
その他	なし