

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]	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、マーケティングを实践できる。						
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、ライセンス、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						