

日本工学院八王子専門学校	開講年度	2019年度（平成31年度）	科目名	スポーツマーケティング基礎	
<b>科目基礎情報</b>					
開設学科	スポーツ健康学科	コース名	スポーツビジネスコース	開設期	前期
対象年次	1年次	科目区分	必修	時間数	30時間
単位数	2単位	授業形態	講義		
教科書/教材	毎回レジュメ・資料を配布する。				
<b>担当教員情報</b>					
担当教員	山本邦雄	実務経験の有無・職種	有・販売士、中小企業診断士		
<b>学習目的</b>					
スポーツマーケティングの基礎を理解し、スポーツイベントの企画立案するためのアプローチ方法や考え方を学びます。それを身に付けることでイベントを成功に導くことができます。					
<b>到達目標</b>					
スポーツを通じて自分の適性や興味・関心を意識し、社会にでてから活動するために必要な能力を具体的にイメージします。社会や組織で協働することの重要性を理解し自律的行動がおこなえることを目標とします。					
<b>教育方法等</b>					
授業概要	個人ワークやグループワークを採り入れていきます。学んだ基礎知識と他人が発する情報を融合させた自分独自の知識を構築し自律性を持つことができるような授業を展開していきます。				
注意点	学生間・教員と学生のコミュニケーション、グループワークを重視します。授業中の私語や受講態度などには厳しく対応します。授業時数の4分の3以上出席しない者は定期試験を受験することができません。				
評価方法	種別	割合	備 考		
	試験・課題	50%	試験と課題を総合的に評価します。		
	小テスト	20%	授業内容の理解度確認のために実施します。		
	レポート	10%	授業内容の理解度確認のために実施します。		
	成果発表 (口頭・実技)	10%	授業時間内に行われる発表方法、内容について評価します。		
	平常点	10%	積極的な授業参加度、授業態度によって評価します。		
<b>授業計画（1回～15回）</b>					
回	授業内容	各回の到達目標			
1回	マーケティングとは	マーケティングとは何かについて理解します。			
2回	マーケティングとは	スポーツマーケティングとは何かについて理解します。			
3回	消費者の行動モデル	スポーツ消費者とは何かについて理解します。			
4回	マーケットリサーチ	市場のセグメンテーション、マーケットリサーチの手順を理解します。			
5回	商品	有形商品 無形商品について理解します。			
6回	価格	価格形成について理解します。			
7回	プロモーション	各種プロモーションのメリット・デメリットについて理解します。			
8回	チャンネル	各種流通チャンネルについて理解します。			
9回	マーケティングの展開	事例を通してマーケティングの展開を理解します。			
10回	その他のマーケティング	顧客価値 関係性マーケティングなどについて理解します。			
11回	事例研究1	ナイキのマーケティングについて理解します。			
12回	事例研究2	デサントのマーケティングについて理解します。			
13回	事例研究3	ニューバランスのマーケティングについて理解します。			
14回	事例研究4	アディダスのマーケティングについて理解します。			
15回	まとめ	前期の振り返りを行い、重要ポイントを確認・理解します。			