

2022年度 日本工学院八王子専門学校											
スポーツトレーナー科三年制											
マーケティング											
対象	1 年次	開講期	前期	区分	選※	種別	演習	時間数	15	単位	1
担当教員	浅野			実務 経験	有	職種	クラブディレクター				
授業概要											
企業などの組織が顧客が求めるサービス、情報を届けるための理論を実践的に学びます。											
到達目標											
マーケティングの基礎を理解すること、スポーツ消費者を理解すること、スポーツマーケティングの特性を理解すること、スポーツマーケティングにおけるSTPを理解すること、スポーツ市場におけるマーケットリサーチの手順を理解すること、スポーツマーケティングの各種技法を理解すること、を通してスポーツマーケティングの基礎的知識を理解することを目標とします。											
授業方法											
個人ワークやグループワークを採り入れます。他人が発する情報をどのように受けとめ、理解するか、さらにそれをどのように伝えていくかを意識しながら、授業を進めていきます。この授業に主体的に参加する学生が、スポーツプロダクトの生産・販売に必要なマーケティングの基礎やスポーツ消費者について理解できるようになることを目指します。											
成績評価方法											
筆記試験・レポート、また積極的な授業参加度、授業態度によって評価します。											
履修上の注意											
学生間・教員と学生のコミュニケーションを重視します。キャリア形成の観点から、授業中の私語や受講態度などには厳しく対応します。理由のない遅刻や欠席は認めません。授業に出席するだけでなく、社会への移行を前提とした受講マナーで授業に参加することを求めます（詳しくは、最初の授業で説明）。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。											
教科書教材											
適時レジュメ・資料を配布します。教科書「よくわかるスポーツマーケティング 仲澤眞・吉田政幸（編著）ミネルヴァ書房」											
回数	授業計画										
第1回	スポーツマーケティングの特性										
第2回	スポーツ市場の理解										
第3回	スポーツマーケティングのプロセス										

2022年度 日本工学院八王子専門学校	
スポーツトレーナー科三年制	
マーケティング	
第4回	スポーツマーケティングのプロダクト論、プロモーション論
第5回	スポーツ消費者の理解
第6回	スポーツマーケティングにおけるS T P
第7回	スポーツの顧客満足、顧客ロイヤルティ、顧客価値
第8回	スポーツのWOMマーケティング、ソーシャルマーケティング