

科目名	マーケティング							年度	2024
英語科目名	Marketing							学期	前期
学科・学年	スポーツ健康学科三年制 スポーツインストラクターコース 1年次	必／選	選※	時間数	15	単位数	1	種別※	講義
担当教員	大沼	教員の実務経験		有	実務経験の職種		クラブディレクター		
【科目の目的】 「スポーツを通したマーケティング」と「スポーツのマーケティング」といった2つの方向性を意識しながらMF T（メディカルフィットネストレーナー）に必要な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的とする。									
【科目の概要】 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】 A. マーケティングの基礎を理解する B. スポーツ消費者を理解する C. スポーツマーケティングの基礎・特性を理解する									
【授業の注意点】 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。									
評価基準＝ルーブリック									
ルーブリック 評価	レベル5 優れている	レベル4 よい	レベル3 ふつう	レベル2 あと少し	レベル1 要努力				
到達目標 A	マーケティングの基礎を十分に理解できた		マーケティングの基礎を理解できた		マーケティングの基礎を概ね理解できた				
到達目標 B	スポーツ消費者について十分に理解できた		スポーツ消費者について理解できた		スポーツ消費者について概ね理解できた				
到達目標 C	スポーツマーケティングの基礎・特性を十分に理解できた		スポーツマーケティングの基礎・特性を理解できた		スポーツマーケティングの基礎・特性を概ね理解できた				
【教科書】 必要に応じて適宜資料を配布します									
【参考資料】									
【成績の評価方法・評価基準】 課題・平常点									
※種別は講義、実習、演習のいずれかを記入。									

科目名		マーケティング				年度	2024
英語表記		Marketing				学期	前期
回数	授業テーマ	各授業の目的	授業内容		到達目標＝修得するスキル	評価方法	自己評価
1	オリエンテーション (スポーツビジネスの使命)	スポーツの公共性・ 公益性について理解する	1	スポーツの公共性	スポーツの公共性・ 公益性について理解する	1	
			2	スポーツの公益性			
2	スポーツの社会的機能	スポーツの社会的機能について理解する	1	社会的機能	スポーツの社会的機能について理解する	1	
3	スポーツマーケティングの特性	スポーツマーケティングの本質について理解する	1	マーケティングの本質	スポーツマーケティングの本質について理解する	1	
4	スポーツ市場の理解	スポーツ産業の特性について理解する	1	スポーツ産業の特性	スポーツ産業の特性について理解する	1	
5	スポーツマーケティングのプロセス	スポーツマーケティングの流れについて理解する	1	スポーツマーケティングの流れ	スポーツマーケティングの流れについて理解する	1	
6	スポーツマーケティングの プロダクト論	有形・無形のプロダクトについて理解する	1	有形プロダクト	有形・無形のプロダクトについて理解する	1	
			2	無形プロダクト			
7	スポーツマーケティングの プロモーション論	スポーツ組織のプロモーションミックスについて理解する	1	プロモーションミックス	スポーツ組織のプロモーションミックスについて理解する	1	
8	スポーツ消費者の理解	スポーツ消費者行動について理解する	1	スポーツ消費者行動	スポーツ消費者行動について理解する	1	
9							
10							
11							
12							
13							
14							
15							

評価方法：1. 小テスト、2. パフォーマンス評価、3. その他

自己評価：S：とてもよくできた、A：よくできた、B：できた、C：少しできなかった、D：まったくできなかった

備考 等