



タイトル「**2024年度スポーツ科学部(公開用)**」、フォルダ「**スポーツ科学部**」
シラバスの詳細は以下となります。



科目ナンバー	SSCS2331		
科目名	スポーツマーケティング論		
担当教員	久保 賢志		
対象学年	2年,3年,4年	開講学期	後期
曜日・時限	月 2		
講義室	1203	単位区分	選
授業形態	講義	単位数	2
科目大分類	専門		
科目中分類	専門基礎		
科目小分類	専門基礎		
科目の位置付け (開発能力)	<p>■ D Pコード-学修のゴールを示すディプロマポリシーとの関連 〔DP1-E〕 学識・専門技能 専門分野にかかる理論知と実践知を獲得し利用することができる。 〔DP3-H〕 論理的思考力・批判的思考力理路整然とした思考を備えつつ、偏りを排除するための内省をもって、問題・課題を合理的に解決することができる。 〔DP4-F〕 探究力・課題解決力 問を設定し又は論点を特定し、それに対する答・結論・判断を合理的に導くために、論拠の収集と分析を体系的に行うとともに、オープンエンドな問題・課題に答えるための方略をデザインし、検証し実行することができる。 〔DP4-I〕 理解力・分析力 文章表現、数値データを適切に扱いつつ、情報の収集と取捨選択、分析と加工を有効かつ円滑に行い、課題の解決につなげることができる。</p> <p>■ C Rコード-学修を通じて開発するマインドセット・ナレッジ・スキルを示すコモンルーブリック (C R) との関連 E1 学識と専門技能 (40%) F1 探求と論拠 (20%) H1 論理的思考力・批判的思考力 (20%) I1 理解・分析と読解 (20%)</p>		
教員の実務経験	新聞社のスポーツ事業部門で10年間、野球(高校・社会人)や陸上(駅伝・マラソン)、バレーボール、アメフト、テニス、相撲などの競技団体と協働し、様々なスポーツイベントを手掛けてきました。本授業では競技スポーツにおけるマーケティング活動の目的及びその実情を実務上の知見、経験を活かし講義をしていきます。(第13回、第14回)		
成績ターゲット区分	■成績ターゲット 能力開発の目標ステージと対応 2 進期期～3 発展期		
科目概要・キーワード	<p>本講義は、マーケティングの基本的な概念について学修し、スポーツにおけるマーケティング活動の実態についてスポーツそのもののマーケティング、スポーツを利用したマーケティングの区分などを含め、スポーツマーケティングの基礎的な知識について学習します。また、スポーツが果たす社会的貢献に対してマーケティングがどのような役割を持つのかについて、国内外の様々な事例をもとに資料・視聴覚教材等を用いて、講義により行います。</p> <p>授業形態は講義形式により行います。なお、対応するコンピテンスに基づき効果的な授業方法として、又は各授業を補完・代替するため、オンライン授業を一部取り入れる場合があります。</p> <p>■キーワード：スポーツマーケティング・スポーツ産業・スポーツツーリズム</p>		

授業の趣旨	<p>■副題 マーケティングの基本的概念やスポーツにおけるマーケティングの特徴および社会環境や各ターゲットに応じたマーケティングマネジメントの実践事例について理解しましょう。</p> <p>■授業の目的 スポーツにおけるマーケティングの基本的概念や特徴および社会環境に応じたマーケティングマネジメントの実践事例について理解してゆくことを通して、自身の競技環境の改善や関心のあるスポーツの普及振興活動を最適化する能力を身につけるための基礎知識を得ることを目的とします。</p> <p>■授業のポイント スポーツにおけるマーケティング活動の目的としては、そのスポーツ自体あるいはそのスポーツを通して対象となるプロダクトの普及・振興を促進すること、そして経済的メリットの獲得することをゴールとし、創造されたコンテンツ価値を高め、創出された市場での「交換」をより円滑にすることです。それを実践するためには、スポーツプロダクト、スポーツ市場、スポーツ消費者の特徴をそれぞれ説明ができること、またそれらを社会状況や社会環境の変化と関連づけて説明できることが不可欠です。 本講義では、スポーツマーケティング活動がもたらす競技スポーツへの効果を種目横断的観点から学修します。</p>						
総合到達目標	<p>競技スポーツにおけるスポーツマーケティングの基本的概念や特徴および社会環境に応じたマーケティングマネジメントの実践事例について理解してゆくことを通して、自身の競技環境の改善や関心のあるスポーツの普及振興活動を最適化する能力を身につけるための基礎知識、専門知識を習得する。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・マーケティングの系譜、スポーツマーケティングの基本的概念について説明できる。(第2～5回) ・見るスポーツのマーケティング活動に関する基礎的な知識や理論について説明できる。(第6～10回) ・スポーツマーケティング活動に関する実践事例の特徴について説明できる。(第11～14回) ・学修した内容を自身のスポーツ活動の環境の改善と関連づけ、その質的向上の方策を考察できる。(第15回) 						
成績評価方法	<p>■リアクションペーパー12回(60%)：適用ルーブリック E1、H1 (評価の観点) 授業の内容を理解してうえで、自身で関心のあるスポーツの状況と関連付けながら自分の考えについて記述できているかを評価します。 (フィードバック方法) 授業時間中、あるいはクラスルームを通じ優れたリアクションペーパーの内容紹介と解説を行います。</p> <p>■レポート1回(40%)：適用ルーブリック E1、F1、I1 (評価の観点) 当該単元全体の理解度を評価します。 (フィードバック方法) 授業時間中、あるいはクラスルームを通じ優れたレポートの内容紹介と解説を行います。</p>						
履修条件	特にありません						
履修上の注意点	特にありません						
授業内容	<table border="1"> <thead> <tr> <th data-bbox="467 1505 517 1552">回</th> <th data-bbox="517 1505 1487 1552">内容</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td data-bbox="467 1552 517 1951">1</td> <td data-bbox="517 1552 1487 1951"> ①授業テーマ オリエンテーション(全体テーマおよび進め方の説明) ②授業概要 本科目の概要、授業の進め方と評価および学習を行うにあたって留意すべき点などについて概説し、受講生が授業の準備を具体的にこなせるようにする。 ③予習(120分) シラバスの内容を一読し、図書館等にある参考書を活用して授業内容の全体像を把握する。 ④復習(120分) 講義ノートを確認し、授業の全体像や評価等、自分の学習計画などについて確認する。 </td> </tr> <tr> <td data-bbox="467 1951 517 2145">2</td> <td data-bbox="517 1951 1487 2145"> ①授業テーマ スポーツマーケティングとは何か ②授業概要 時代背景で変化を続けたマーケティング概念、マーケティング手法の学識を深めるとともに(E1)、その特徴について述べるようになる(F1、I1)。 </td> </tr> </tbody> </table>	回	内容	1	①授業テーマ オリエンテーション(全体テーマおよび進め方の説明) ②授業概要 本科目の概要、授業の進め方と評価および学習を行うにあたって留意すべき点などについて概説し、受講生が授業の準備を具体的にこなせるようにする。 ③予習(120分) シラバスの内容を一読し、図書館等にある参考書を活用して授業内容の全体像を把握する。 ④復習(120分) 講義ノートを確認し、授業の全体像や評価等、自分の学習計画などについて確認する。	2	①授業テーマ スポーツマーケティングとは何か ②授業概要 時代背景で変化を続けたマーケティング概念、マーケティング手法の学識を深めるとともに(E1)、その特徴について述べるようになる(F1、I1)。
回	内容						
1	①授業テーマ オリエンテーション(全体テーマおよび進め方の説明) ②授業概要 本科目の概要、授業の進め方と評価および学習を行うにあたって留意すべき点などについて概説し、受講生が授業の準備を具体的にこなせるようにする。 ③予習(120分) シラバスの内容を一読し、図書館等にある参考書を活用して授業内容の全体像を把握する。 ④復習(120分) 講義ノートを確認し、授業の全体像や評価等、自分の学習計画などについて確認する。						
2	①授業テーマ スポーツマーケティングとは何か ②授業概要 時代背景で変化を続けたマーケティング概念、マーケティング手法の学識を深めるとともに(E1)、その特徴について述べるようになる(F1、I1)。						

	<p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、マーケティングの概念に関する要点について整理する。</p>
3	<p>①授業テーマ スポーツプロダクトとは何か</p> <p>②授業概要 事業戦略における優位性を確保するためのマーケティング活動として、その対象であるスポーツプロダクトの構造について学識を深めるとともに（E1）、その特徴について述べるようになる（F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツプロダクトに関する要点について整理する。</p>
4	<p>①授業テーマ スポーツ消費者の特徴</p> <p>②授業概要 マーケティングの原点である顧客志向を実践するため、スポーツ消費と消費行動について学識を深めるとともに（E1）、その特徴について述べるようになる（F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツ消費者、消費行動に関する要点について整理する。</p>
5	<p>①授業テーマ スポーツマーケティングマネジメント</p> <p>②授業概要 スポーツ組織がスポーツ消費者にスポーツプロダクトを提供してゆく上での、プランとプロセスについて学識を深め（E1）、その特徴について述べるようになる（F1、I1）。担当教員の実務経験を踏まえ解説する内容を自らのスポーツ環境と比較して考察できるようにする（H1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、マーケティングプラン、マーケティングマネジメントに関する要点について整理する。</p>
6	<p>①授業テーマ プロモーション</p> <p>②授業概要 スポーツプロダクトの存在をスポーツ消費者に気づかせる施策としてのプロモーションミックスについて学識を深め（E1）、その特徴について述べるようになる（F1、I1）。担当教員の実務経験を踏まえ解説する内容を自らのスポーツ環境と比較して考察できるようにする（H1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツ消費者へのプロモーションミックスに関する要点について整理する。</p>
7	<p>①授業テーマ スポンサーシップ</p> <p>②授業概要 スポーツイベント、クラブ、チームを運営するスポーツ組織と資金資源を提供する企業の交換行為といえるスポーツスポンサーシップについて学識を深め（E1）、その特徴について述べるようになる（F1、I1）。担当教員の実務経験を踏まえ解説する内容を自らのスポーツ環境と比較して考察できるようにする（H1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分）</p>

	<p>講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツスポンサーシップの特徴に関する要点について整理する。</p>
8	<p>①授業テーマ ブランディング・ライセンス</p> <p>②授業概要 スポーツプロダクトのブランドエクイティとの評価及びそこから発生する権利ビジネスに関する学識を深め（E1）、スポーツビジネスにおけるその特徴について述べるができるようになる（F1、I1）。担当教員の実務経験を踏まえ解説する内容を自らのスポーツ環境と比較して考察できるようになる（H1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツプロダクトのブランドエクイティに関する要点について整理する。</p>
9	<p>①授業テーマ ITマーケティング</p> <p>②授業概要 社会環境の変化に伴い、関係性マーケティングをスポーツプロダクトに人選する場合のIT技術の関連性について説明できるようになる（E1、F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、CRMおよびデータベースマーケティングに関する要点について整理する。</p>
10	<p>①授業テーマ 価格戦略</p> <p>②授業概要 財やサービスの交換価値である価格についてコトラーの理論を参照し、スポーツにおける価格戦略の特徴を説明できるようになる（E1、F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツにおける価格戦略に関する要点について整理する。</p>
11	<p>①授業テーマ スポーツマーケティングリサーチ</p> <p>②授業概要 マーケティング戦略を策定する際のプロダクト、市場、ターゲットをリサーチすることは不可欠で、スポーツにおけるマーケティングリサーチの必要性和プロセスを説明できるようになる（E1、F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、スポーツマーケティングリサーチのプロセスに関する要点について整理する。</p>
12	<p>①授業テーマ スポーツマーケティングの課題</p> <p>②授業概要 米国を中心に実践的な学問として発展してきたスポーツマーケティングの学識を深め（E1）、日本国内のスポーツマーケティングの特徴と比較し、将来的な課題を考察できるようになる（F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 参考図書の授業テーマに該当する部分を一読し、疑問点などについて整理する。</p> <p>④復習（120分） 講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、日米におけるスポーツマーケティングの特徴を比較し、日本国内のマーケティングの課題に関する要点について整理する。</p>
13	<p>①授業テーマ スポーツマーケティングの実務①</p> <p>②授業概要 担当者の実務経験を踏まえ、スポーツビジネスの現場でのマーケティング活動について</p>

	<p>講義を実施する。講義の内容から自身の関わるスポーツと比較し、そのスポーツのマーケティング上の課題の抽出やマーケティングプランを述べられるようにする（F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） スポーツマーケティングの実態について調べ、確認しておく。</p> <p>④復習（120分） 講義についてまとめ、自身の考えを整理しておく。</p>
14	<p>①授業テーマ スポーツマーケティングの実務につて②</p> <p>②授業概要 担当者の実務経験を踏まえ、スポーツを活用した、企業や自治体などの組織におけるマーケティング活動について講義を実施する。講義の内容から自身の関わるスポーツと比較し、スポーツを活用する企業や自治体などの組織におけるマーケティングの課題の抽出やマーケティングプランを述べられるようにする（F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） スポーツマーケティングの実態について調べ、確認しておく。</p> <p>④復習（120分） 講義についてまとめ、自身の考えを整理しておく。</p>
15	<p>①授業テーマ まとめと授業内レポート</p> <p>②授業概要 14回の講義のポイントを授業内レポート（総括レポート）としてまとめ、セルフマネジメントへの応用方法について説明できる（F1、I1）。</p> <p>③予習（120分） 14回分の講義ノートおよびクラスルームの授業資料を確認し、各回のポイントを整理して総括できるように準備する。</p> <p>④復習（120分） まとめと授業内レポートの内容を再確認し、スポーツマーケティングの有効な実践方法、競技環境、スポーツの実施環境の向上のための改善点を整理する。</p>
関連科目	スポーツビジネス論（SSCS2330S）、スポーツビジネス論演習（SSCS3619S）
教科書	特に指定しません。
参考書・参考URL	原田 宗彦, 藤本 淳也, 松岡 宏高 著：スポーツマーケティング改訂版, 大修館書店, 2018 和田 充夫, 恩藏 直人, 三浦 俊彦 著：マーケティング戦略〔第6版〕, 有斐閣, 2022 畑 攻, 小野里真弓 著, 編集：基本・スポーツマネジメント, 大修館書店, 2017
連絡先・オフィスアワー	<p>■連絡先 開講時に告知します。</p> <p>■オフィスアワー 開講時に告知します。 オフィスアワー以外の時間は日時を調整の上、対応します。</p>
研究比率	

