

産業能率大学 情報マネジメント学部

スポーツマーケティング	履修年次	3・4	
	単位	2	
須賀 優樹	配当期	前	
	授業方法	演習 / 対面	
授業の内容			
<p>[授業の概要]</p> <p>授業の前半(第 1 回～6 回)では、「スポーツ」というものを使ってマーケティングを実施する際に前提となる考え方や知識について解説する。後半(第7回～第13回)では、マーケティングプランを企画するにあたって実施すべきプロセスについて理解を深め、最終課題として求める「マーケティング企画書」を作成できるようなスキルを養う。</p> <p>※授業は基本的には講義形式で進めるが、授業内でマーケティングを理解するための「ワーク」を都度実施する。</p>			
この科目の到達目標			
<ul style="list-style-type: none"> ・現代マーケティングとスポーツマーケティングの基本を理解し説明することができる。 ・「スポーツの価値」を自分なりに定義し、その価値が「世の中でどのような役割を果たすか」を理解し、説明することができる。 ・基本的なマーケティングのプロセスに沿って、スポーツに関するサービスのマーケティング企画を立てることができる。 			
成績評価の方法			
通常授業への出席、授業外学習、小テスト(授業内ワーク)への取り組み、および最終課題への取り組みを総合的に評価する。			
週	授業項目	週	授業項目
1	ガイダンスとイントロダクション	8	スポーツで「価値」を生み出すための考え方
2	スポーツの意味と定義	9	スポーツに対する「価格」の付け方
3	マーケティングの目的と基本	10	スポーツによる「商品」を顧客に届ける方法
4	スポーツマーケティングが目指す姿	11	スポーツマーケティングにおけるプランニング
5	スポーツマーケティングに関する様々な視点	12	スポーツマーケティングとブランディング
6	スポーツにおける「市場」と「顧客」	13	本講義のまとめ
7	スポーツマーケティングにおける「STP 分析」	14	最終課題