

スポーツマーケティング		講義	講師 菅谷 美沙都
科目カテゴリー	スポーツマネジメントコースの選択必修科目, スポーツトレーナーコースの専門選択科目	科目ナンバリング	11312207

### 1. 授業のねらい・概要

オリンピックの放映権料収入やプロスポーツにおけるスポンサーシップ等、現代のスポーツではビジネスの効率性を高める先進的なマーケティングが不可欠になっている。スポーツマーケティングとは、単に収益性を求めるビジネス手法ではなく、スポーツの価値向上や社会的課題に対する貢献といった考え方が根幹にあることを抑える必要がある。本講義では、スポーツマーケティングの基礎理論を学び、スポーツ文化の発展に資するスポーツマーケティングの在り方を考える。なお、「スポーツマネジメント論」を履修していることが望ましい。

### 2. 授業の進め方

授業前半（第1回～第5回）は講義形式で行い、資料やレジュメを配布する。授業後半（第6回以降）は、実際のスポーツマーケティングを想定したグループワークを実施し、最終的にグループごとにプレゼンテーションを行う。

### 3. 授業計画

1. オリエンテーション（授業の進め方、成績と評価について等）	9. スポーツマーケティングの実際④（調査実施2、データ入力）
2. スポーツマーケティングの定義・特性・本質	10. スポーツマーケティングの実際⑤（データ入力の確認）
3. スポーツプロダクト	11. スポーツマーケティングの実際⑥（データ分析）
4. スポーツ消費者の理解	12. スポーツマーケティングの実際⑦（データの考察）
5. マーケットリサーチの考え方	13. グループプレゼンテーションの作成
6. スポーツマーケティングの実際①（企画設定・調査のデザイン）	14. グループプレゼンテーション①
7. スポーツマーケティングの実際②（調査票の作成）	15. グループプレゼンテーション②・まとめ
8. スポーツマーケティングの実際③（調査実施1）	

### 4. 準備学修（予習・復習等）の具体的な内容及びそれに必要な時間

グループワークとプレゼンテーションにおいては、メンバーで議論を重ねてより良い企画を考案するよう努めること。これらの自主学修には2時間以上が必要である。

### 5. 課題（試験やレポート等）に対するフィードバックの方法

グループプレゼンテーション実施時に口頭で評価を伝える。

### 6. 授業における学修の到達目標

スポーツマーケティングの基礎理論を理解し、スポーツ消費者の分析やマーケットリサーチの手法を身につける。

### 7. 成績評価の方法・基準

提出課題（40%）、グループワークへの取り組み姿勢（40%）、プレゼンテーション（20%）から総合的に評価する。

### 8. テキスト・参考文献

教科書は特に指定しない。適宜、資料・プリントを配布する。

### 9. 受講上の留意事項

授業時間内で分析が終わらない場合は、授業時間外にグループで集まって作業等を進めること。また、グループワークではエクセル及びパワーポイントを使用するので、各自使えるようにしておくこと。

**10. 「実務経験のある教員等による授業科目」の該当の有無**  
該当しない。

**11. 卒業認定・学位授与の方針と当該授業科目との関連**  
上記の「科目カテゴリー」欄の記載のとおり。