

□講義科目（専門科目）

科目名	スポーツビジネス特論	2単位
担当者	住田健	
テーマ	スポーツビジネスに関する諸問題を、マーケティングの理論を用いて解決するための手法を学修する	
科目のねらい	<p>&lt;キーワード&gt;            ① スポーツビジネス ② スポーツマーケティング ③ スポーツ消費者            ④ スポーツマーケティング戦略 ⑤ スポーツマーケティングリサーチ</p> <p>&lt;内容の要約&gt;            現代のスポーツビジネスは、グローバル化、テクノロジーの進化に影響を受け急速に成長している産業である。そのような中、消費者のスポーツに対するニーズは多様化し、スポーツ事業に関わる現象も複雑になってきている。本特論では、現代のスポーツビジネスの課題をマーケティングの理論・手法を理解し、援用することで解決するための手法を身につけることを目的とする。</p> <p>&lt;学習目標&gt;            1. 現代のスポーツビジネスの現状と課題について理解し、解決するための仮説を設定することができる。            2. スポーツマーケティング理論、重要なトピックについて理解し、説明することができる。            3. スポーツビジネスの課題を解決するために必要なリサーチ手法について理解し、説明することができる。            4. リサーチから得られた結果をもとに、マーケティングプランを立案することができる。</p>	
授業の進め方	第 1 回 オリエンテーション 第 2 回 スポーツビジネス概要：スポーツビジネスの現状と課題の理解 第 3 回 スポーツマーケティングの基礎理論①：マーケティングとはなにか 第 4 回 スポーツマーケティングの基礎理論②：一般財とサービス財の違い 第 5 回 スポーツマーケティングの基礎理論③：スポーツプロダクトの特性 第 6 回 スポーツ消費者行動の基礎理論①：スポーツ消費者の動機と価値判断 第 7 回 スポーツ消費者行動の基礎理論②：スポーツ消費者の情報接触、注意、知覚 第 8 回 スポーツ消費者行動の基礎理論③：スポーツ消費者の意思決定プロセス 第 9 回 スポーツ消費者行動の基礎理論④：スポーツ消費者のサービス評価と満足度 第 10 回 スポーツマーケティングの戦略①：マーケット・セグメンテーション 第 11 回 スポーツマーケティングの戦略②：代替品とポジショニング 第 12 回 スポーツマーケティングの戦略③：マーケティング戦略プラン 第 13 回 スポーツマーケティングリサーチ①：仮説構築と検証の手続き 第 14 回 スポーツマーケティングリサーチ②：調査用紙作成のための基礎知識 第 15 回 スポーツマーケティングリサーチ③：調査用紙作成の実践	
事前学習の内容 学習上の注意	事前学習：各単元の前週に文献資料を配布するので、読んでおくこと（60分） 事後学習：講義で配布する資料と文献資料を読み返し単元の理解に努めること（90分） スポーツビジネス業界は日々発展するため、国内外のスポーツビジネスの動向やスポーツ産業の情報を常に集めておくこと	
本科目の 関連科目	スポーツマネジメント特論	
テキスト	特に指定しない	
参考文献	平田竹男（2017）スポーツビジネス最強の教科書（第2版）. 東洋経済. 森岡毅・今西聖貴（2016）確率志向の戦略論. 角川書店. 川上昌直（2013）儲ける仕組みをつくるフレームワークの教科書. かんき出版. 原田宗彦・藤本淳也・松岡宏高（2018）スポーツマーケティング（改訂版）. 大修館書店.	
成績評価方法 と基準	スポーツ組織が抱える課題を解決するための企画書を作成し、提出をしてもらう。企画書は、課題の要因に関する仮説設定パート（25点）、仮説を検証するための質問用紙（25点）、想定される結果から策定されるマーケティングプラン（50点）の三部構成で評価を行う。企画書全体を100点とし、60点以上を合格とする	