

講義コード	1066	科目区分	専門教育科目
(フリガナ)	スポーツケイエイガク	(フリガナ)	フクダ カズノリ
授業科目名	スポーツ経営学	担当教員名	福田 一儀
英文授業科目名	Sport management		
基準年次(開講期)	3年	履修形態	選択
曜日/時限/講義室	水曜日		
授業の方法	講義	授業の方法 (詳細情報)	講義中心、演習、
単位	2	週時間	2
授業のキーワード	見るスポーツ、するスポーツ、スポーツ・マーケティング		
授業概要・目的	<p>今や「見る・する・支えるスポーツ」の全てのスポーツ活動においてマネジメントが必要である。本授業では、特に「見るスポーツ」の代表的な事例を理解し、経営的側面からの運営の特徴についての理解を深める。「するスポーツ」においては、現在日本が行っているスポーツ推進についての理解を深める。更にスポーツ・プロダクトのマーケティングの概要と代表的な手法を学ぶ。</p>		
到達度評価の 評価項目	<p>「見るスポーツ」では、代表的な高校野球・プロ野球・サッカーJリーグ・大相撲の経営的な側面からみた運営の特徴を理解する。 「するスポーツ」においては、総合型地域スポーツクラブ・スポーツ少年団等の意義や現状を理解する。 更に、スポーツ・プロダクト(プログラム・サービス)の特性と各種マーケティングの手法を理解し、企画・立案力を身に付ける。</p>		
授業計画			
第1回	ガイダンス、オリエンテーション 授業の進め方、スポーツ経営学とは		
第2回	「見るスポーツ」組織の経営1 「高校野球」「プロ野球」の経営		
第3回	「見るスポーツ」組織の経営2 「Jリーグ」「大相撲」の経営		
第4回	「見るスポーツ」組織の経営3 「オリンピック」「その他」の経営		
第5回	「するスポーツ」組織の経営1 スポーツ組織の法人格、NPO法人、指定管理制度、行政の関わり		
第6回	「するスポーツ」組織の経営2 総合型地域スポーツクラブの必要性和社会的意義		
第7回	「するスポーツ」組織の経営3 総合型地域スポーツクラブ		
第8回	「するスポーツ」組織の経営4 スポーツ少年団、民間フィットネスクラブ		
第9回	スポーツ・マーケティング1 スポーツ・プロダクトの特性、スポーツの消費者の行動特性		
第10回	スポーツ・マーケティング2 マーケティング・フレームワーク、調査、PEST		
第11回	スポーツ・マーケティング3 分析、細分化、標的化、ポジショニング、SWOT分析		
第12回	スポーツ・マーケティング4 ファイナンス、コスト管理		
第13回	スポーツ・マーケティング5 プログラム開発、4P		
第14回	企画書作成・発表 グループでの企画書づくり		
第15回	企画書作成・発表 グループでのプレゼンテーション		
教科書・参考書等	<p><参考書> 原田宗彦・小笠原悦子編(2008)「スポーツマネジメント」大修館書店、東京 原田宗彦編(2008)「スポーツマーケティング」大修館書店、東京</p>		
授業で使用する 機器等	プロジェクター・映像機器		
予習・復習への アドバイス	予習)各回とも講義内容を確認し、参考文献を読む 復習)各回配布する「Keynote」に要点記入したものを復習する		
履修上の注意・ 受講条件等	日本体育協会公認スポーツ指導者資格取得のための科目		
成績評価の基準等	授業に取り組む姿勢20% 課題提出物(企画書)50% 課題発表(プレゼンテーション)30%		
メッセージ	携帯電話の使用厳禁(ただし、許可時は除く)		
オフィス・アワー	火曜日昼休み(12:00-12:45)		
その他			