

マーケティング基礎①②		講義	教授 大澤 秀一	
科目カテゴリ	スポーツマネジメントコースの必修科目、スポーツトレーナーコースの必修科目 柔道整復師コースの教養選択科目 救急救命士コースの教養選択科目	科目ナンバリング	11120106 12220120 13220102	

1. 授業のねらい・概要

マーケティングは、顧客価値の創造と提供を行う経営活動の総称です。授業ではマーケティングの基礎を15回に分けて体系的に学びます（1 Semesterで完結）。市場ニーズの把握、価値ある製品・サービスの開発、宣伝と販売、顧客エンゲージメントの獲得という一連のプロセスを学んだ後、スポーツビジネス分野のケーススタディを取り上げることで実践的な知識を身に付けます。マーケティングを入口にしてビジネスに興味を持ち、学び続けるための基礎を習得することがねらいです。

2. 授業の進め方

授業は講義形態で行い、概ね以下の内容に沿って進めます。

3. 授業計画

1. 授業の概要説明	9. BtoB マーケティング
2. 市場ニーズと購買行動	10. サステナブルマーケティング
3. マーケティング戦略	11. 消費者保護
4. 商品戦略と価格戦略	12. ケーススタディ（1）財
5. 流通戦略（チャネル、物流管理、販売促進）	13. ケーススタディ（2）サービス
6. プロモーション戦略（広告宣伝、メディア戦略）	14. ケーススタディ（3）情報
7. デジタルマーケティング（Web, SNS）	15. 総括
8. サービスマーケティング	

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

各授業の最初に前回授業の振り返りと、最後に次回授業の予習ポイントを説明します。自分で論点を発見し、毎回2時間程度の時間をかけて納得できるまで予習・復習をしてください。

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

定期試験実施の際、出題の意図と解答のポイントを試験終了直後に説明します。

6. 授業における学修の到達目標

メディアなどで報道されるマーケティング関連の情報を理解し、他の人と意見交換が出来るようになることや、自らがマーケティングを学び続けるための基礎を習得することを目標とします。

7. 成績評価の方法・基準

授業への取組姿勢(50%)と定期試験の結果(50%)によって評価します。

8. テキスト・参考文献

テキストは使用しません。必要に応じて参考文献などを適宜紹介します。

9. 受講上の留意事項

初回の授業で説明します。授業への主体的な参加を期待します。疑問や不明な点については、遠慮なく質問して授業中か授業直後には理解し、持ち越さないようにしましょう。

10. 「実務経験のある教員等による授業科目」の該当の有無

該当する。本授業は、シンクタンクや金融機関における実務経験を活かして指導します。

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。