

2017年度 体育学研究科(体育学専攻) 博士前期(修士)課程シラバス

科目名(副題)	開講年次(セメ)	授業形態	単位	担当者名
スポーツ経営学研究	1・2年次春学期 (1・3セメスター)	講義 ※演習含む	2	菊池 秀夫
授業概要				
<p>スポーツやレジャー分野に関して、そのマネジメントやビジネス的な側面について焦点を当てる。国内外のスポーツビジネス関連の動向を把握すると共に、マネジメントやマーケティングについての基礎的知識を習得し、効果的・効率的な組織運営やサービス提供について考察を展開する。また、関連分野における研究やそこで用いられている方法論についても解説する。</p>				
授業目標(到達目標)				
<p>当該科目履修後、受講生は</p> <ol style="list-style-type: none"> ①様々なスポーツ領域(組織)とマネジメント(経営)の必要性について理解し説明できるようになる。 ②スポーツ経営関連の諸領域(組織行動、財務会計、マーケティング等)について理解し説明できるようになる。 ③スポーツ経営分野の研究動向とそのアプローチについて理解し説明できるようになる。 				
成績評価方法・基準				
<p>授業討論への参加(50%)、課題等の提出(50%)を総合的に評価</p>				
教科書・教材・参考文献 等				
<p>[テキスト] 特定のテキストは指定しない。授業時に必要に応じ資料等を配布する。</p> <p>[参考文献] 池田・守能編「講座スポーツの社会科学3 スポーツの経営学」杏林書院(1999) コラー・リー著「社会が変わるマーケティング」英治出版(2007)</p>				
授業計画				
	項目・内容			
1	スポーツにおける経営と経営学: スポーツ組織とその経営			
2	スポーツ経営の諸領域: 各種スポーツ組織とその社会的機能(役割)			
3	スポーツ産業: スポーツ産業の歴史的発展と動向および今日的課題			
4	スポーツとサービス産業(1): プロダクトとしてのスポーツとサービス特性			
5	スポーツとサービス産業(2): スポーツ分野のサービスクオリティとマネジメント			
6	スポーツ組織のマネジメント(1): 経営組織の性格とマネジメント機能およびプロセス			
7	スポーツ組織のマネジメント(2): マネジメント思想の変遷と行動科学			
8	スポーツ組織のマネジメント(3): 経営組織の基本構造、財務会計とその機能			
9	スポーツ組織のマネジメント(4): 所有と経営、商業スポーツと公共スポーツ等の経営			
10	スポーツ組織のマーケティング(1): マーケティングの考え方とスポーツマーケティングの諸領域			
11	スポーツ組織のマーケティング(2): マーケティングの諸要素とプログラム、マーケティングミックス			
12	スポーツ組織のマーケティング(3): マーケティング活動の進め方、環境分析と市場細分化およびターゲティング			
13	スポーツ市場と消費者行動(1): スポーツ消費と消費者行動			
14	スポーツ市場と消費者行動(2): 消費者行動の諸理論とその応用			
15	総括: まとめと展望			
履修者へのコメント・学習課題(事前事後学習)				
<p>マネジメント(経営)は組織社会を生きる私たちにとって必要不可欠な知識・技術です。本講ではスポーツ分野を軸にそのはたらきについて学びます。</p>				