

科目名称 (Course Title)				担当教員 (Instructor)	
グローバル特別講義Ⅲ(スポーツ管理論)				吉倉 秀和	
開講学期 (Semester)	単位数 (Credits)	履修年次 (Requirement)	授業形態 (Class Type)	受講定員の有無 (Maximum Enrollment)	授業公開 (Workshop Class)
前学期	2単位	3年次	集中講義	無	無
授業の概要 (Course Description)					
<p>スポーツマネジメントとは、スポーツ組織の経営活動を研究する学問領域であり、組織やイベントなどをひとつのシステムと捉え、「ヒト・モノ・カネ・情報」を合理的に活用する方法について考察することである。特に、本講義では「する」スポーツと「観る」スポーツの生産と提供について、プロスポーツチームや施設マネジメント、スポーツイベントなど様々な観点から現状認識と問題点の抽出、ならびにその解決に向けたアプローチなどを理論的に解説する。</p> <p>また、本講義では履修者がスポーツビジネスにおける独自性の理解に関連する現状把握や問題提起、その解決策に関する考察が出来るような講義を展開していくため、講義中においてグループワークなどのディスカッションも予定する。</p>					
授業の到達目標 (Course Objectives)					
<p>スポーツマネジメントに関する様々なトピックスや諸問題について、講義中の解説をもとに以下の3点について、履修者は中間試験ならびに期末試験を通じて答えることができるようになる必要がある。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. スポーツマネジメントに関する基礎ならびに現状を理解する 2. スポーツマーケティングに関する理論的背景を理解する 3. スポーツマネジメントに関連する様々な経済活動に関する独自性について理解する 					
授業計画 (Course Schedule)					
第 1 回	ガイダンス、講義概要オリエンテーション				
第 2 回	スポーツマネジメント概論				
第 3 回	スポーツマーケティング概論				
第 4 回	プロスポーツのマネジメント				
第 5 回	スポーツ施設マネジメント				
第 6 回	スポーツイベントマネジメント				
第 7 回	スポーツ産業論				
第 8 回	中間試験				
第 9 回	スポーツマーケティングミックス① (流通、販売促進)				
第 10 回	スポーツマーケティングミックス② (サービス)				
第 11 回	スポーツ経営行動				
第 12 回	スポーツ消費者行動				
第 13 回	スポーツスポンサーシップ				
第 14 回	スポーツブランドマネジメント				
第 15 回	まとめ				
授業時間外学習 (Supplementary Activities)					
<ul style="list-style-type: none"> ・ 授業毎に配布する資料に関する自分自身の見解や意見を常に考えられるようにしておくこと。 ・ スポーツビジネスに関連するトピックスについて、各メディアを通じて情報収集しておくこと。 					

成績評価の方法と基準(Grading)	
評価方法 (割合)	評価基準
授業毎の小レポート (30%) 中間試験 (30%) 期末試験 (40%)	左記3つの評価方法をもとに総合評価にて判断します。
テキスト (Textbook)	【書名】 【著者】 【出版社】 【出版年】 ※特になし。授業で配布するレジユメを中心に行う。
参考書・資料等 (Supplementary Reading)	毎講義のレジユメの中で、適宜、参考文献を紹介する
備考 (Other Information)	
教員との連絡方法 (Contact With Instructor)	第一回目授業にて案内する。