

スポーツプロモーション論Ⅱ

科目ナンバリング SPS-306
選択 2単位

川上 祐司

1. 授業の概要(ねらい)

「スポーツプロモーション論Ⅰ」では、新たなスポーツフレームワークの概念である「スポーツプロモーション」の目的と必要性について理解した。わが国特有のメディアスポーツにおける「量」の誇張から、スポーツ文化の発展に向けた「質」を目的とする「スポーツプロモーション」の概念が問われている。

「スポーツプロモーション論Ⅱ」では、現在、小職研究室が協業する八王子市北西部に拠点を置く地域総合型スポーツクラブNPO法人「はちきたSC・アローレハ王子」、または、各履修生が実際に参加しているチーム・クラブ・団体などのインターンシップ現場における、①プロパティ開発、②スポンサーシップ提案、③イベント開催、の各テーマよりプロモーション戦略の立案を行う。

スポーツクラブが果たす役割と機能は重要であり、単にトップチームの勝敗に止まらない。わが国のスポーツ先進国としての発展に向けた各プロモーション戦略立案を期待する。なお本科目はグループワークでの課題テーマに取り組みでも可する。

2. 授業の到達目標

「スポーツプロモーション論Ⅱ」では実際にNPO法人「はちきたSC・アローレハ王子」および各履修生がインターンシップ等で従事するチーム・クラブ・団体におけるプロモーション戦略の立案および実践することで新たな概念である「スポーツプロモーション」の理解を目標とする。これらの理解とスキル習得によってわが国の今後のスポーツ文化の定着と発展に寄与するものである。これらのノウハウより以下のスポーツ業界およびインターンシップなどでの即戦力として活躍できることを目標とする。

- ・スポーツチーム・リーグのマーケティング・プロモーション担当者
- ・企業・行政マーケティング・プロモーション担当者
- ・広告代理店、マスコミ関係者
- ・その他

3. 成績評価の方法および基準

*出席点はありません(ただし要打刻)期中の授業内での以下3つの課題テーマの提案より総合的に評価する

①「アローレハ王子」または各履修者が従事する「クラブ・チーム・団体」のプロダクト提案におけるプロモーション戦略立案

②「アローレハ王子」または各履修者が従事する「クラブ・チーム・団体」のスポンサーシップ展開におけるプロモーション戦略立案

③「アローレハ王子」または各履修者が従事する「クラブ・チーム・団体」のイベント開催提案におけるプロモーション戦略立案

4. 教科書・参考文献

教科書

テキストは特になし。

川上祐司著『アメリカのスポーツ現場に学ぶマーケティング戦略―ファン・チーム・行政が生み出すスポーツ文化とビジネス』 昇洋書房

*当日授業で使用するテキストデータは前日までにLMSにアップするので必ず参照のこと

参考文献

川上祐司著『メジャーリーグの現場に学ぶビジネス戦略―マーケティング、スポンサーシップ、ツーリズムへの展開―』 昇洋書房

参考文献等は授業で適宜紹介する。

佐伯年詩雄、菊幸一『スポーツプロモーション論』 明和出版

アレクサンダー・チェルネフ『戦略的マーケティング・マネジメント』 五紘舎

川橋駿稀、川上祐司『あるべき大学スポーツ組織「Japan College Organization for Student-athletes」設立提案―収益分配制度によるLife Balanceの実現―』 スポーツ産業学研究・日本スポーツ産業学会

渡邊 創史、川上祐司『福島をスポーツに変える!スポーツ施設から始まる地域スポーツ産業の発展―PFI式大型スポーツ施設の提案―』 スポーツ産業学研究・日本スポーツ産業学会

5. 準備学習の内容

授業テキストは拙書および前日までにLMSにアップするPPTデータを使用するので必ず資料確認すること。

また、当日授業では出来る限りパソコン持参で受講すること。

国内一般紙および日本経済新聞を必読のこと。加えてSports Business Journal、またスポーツ専門サイト等より海外スポーツビジネス動向にも関心を高めること。

6. その他履修上の注意事項

本科目は既にスポーツマーケティング理論を十分に理解していることと「スポーツプロモーション論Ⅰ」の単位認可された学生の履修が望ましい。また「スポーツマーケティング概論ⅠⅡ」または「アメリカ型スポーツ経営ⅠⅡ」を単位取得または履修していることが望ましい。

本科目は出席することが目的ではないので出席点はありません(出席は取りません)。スポーツマーケティングを理解と停滞するわが国スポーツビジネスを牽引する人材育成に向けた高度なスキルとノウハウ、理論、手法の習得が目的です。その旨を十分理解して履修するようにして下さい。

本授業は基本的にグループワーク形式で行います。授業テキストはLMSにアップするので出来る限りパソコン持参で受講のこと。また、本授業は経営の一環を学ぶにあたり、授業進行においては時間・期限・約束の厳守などビジネスルールに準じるとともに学生としてモラルを遵守する。

授業内容は基本的にプロモーション実務スキルの習得を展開するが、スポーツプロモーションの本質を捉えて、同領域における「目的」と「手段」の機能の違いを十分に理解することにより、わが国のスポーツ文化発展・構築に貢献できる人材として今後の活躍を期待しています。

7. 授業内容

- 【第1回】 オリエンおよびガイダンス
・授業の進め方、評価方法、留意点、約束事項の確認する
・グループ分けを行う
- 【第2回】 スポーツマーケティングの概念について理解する①
・スポーツプロモーションにおけるSTP (Segment・Targeting・Positioning)と4P (Product・Price・Place・Promotion)について学ぶ
- 【第3回】 スポーツマーケティングの概念について理解する②
・バレットの法則とロングテールの法則について学ぶ
- 【第4回】 スポーツプロモーション戦略を企画および提案する(グループワーク①-1)
・プロダクト提案におけるプロモーション戦略立案に向けてグループワークを行う
- 【第5回】 スポーツプロモーションのケーススタディ研究を行う(グループワーク①-2)
・国内外のスポーツコンテンツのプロダクトを取り上げ同プロモーション戦略について分析を行う
- 【第6回】 スポーツプロモーションのケーススタディ研究を行う(グループワーク①-3)
・国内外のスポーツコンテンツのプロダクトを取り上げ同プロモーション戦略について発表を行う
- 【第7回】 スポーツプロモーション戦略を企画および提案する(グループワーク①-4)
・各グループのプロダクト提案におけるプロモーション戦略について発表を行う
- 【第8回】 スポーツプロモーション戦略を企画および提案する(グループワーク②-1)
・スポンサーシップ開発とプロモーション戦略立案に向けてグループワークを行う
- 【第9回】 スポーツプロモーションのケーススタディ研究を行う(グループワーク②-2)
・国内外のスポーツコンテンツのスポンサーシップ事例より同プロモーション戦略について分析を行う
- 【第10回】 スポーツプロモーションのケーススタディ研究を行う(グループワーク②-3)
・国内外のスポーツコンテンツのスポンサーシップ事例より同プロモーション戦略について発表を行う
- 【第11回】 スポーツプロモーション戦略を企画および提案する(グループワーク②-4)
・各グループのスポンサーシップ開発とプロモーション戦略について発表を行う
- 【第12回】 スポーツプロモーション戦略を企画および提案する(グループワーク③-1)
・イベント開催提案とプロモーション戦略立案に向けてグループワークを行う
- 【第13回】 スポーツプロモーションのケーススタディ研究を行う(グループワーク③-2)
・国内外のスポーツコンテンツのイベント開催事例より同プロモーション戦略について分析を行う
- 【第14回】 スポーツプロモーションのケーススタディ研究を行う(グループワーク③-3)
・国内外のスポーツコンテンツのイベント開催事例より同プロモーション戦略について発表を行う
- 【第15回】 スポーツプロモーション戦略を企画および提案する(グループワーク③-4)
・各グループの新規イベント開催提案とプロモーション戦略について発表を行う