シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツマーケティングケーススタディⅠ		
必修選択	必修	（学則表記）	スポーツマーケティングケーススタディⅠ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	スポーツビジネス最強の教科書　第二版		出版社	東洋経済新報社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツビジネスにおけるマーケティングの具体的事例を取り上げてその戦略や狙いから実際の結果・成果を紐解き、スポーツ業界における実践的なマーケティング活動について学習する。		
到達目標	「スポーツのマーケティング」と「スポーツを活用したマーケティング」という2つのスポーツマーケティングについて、それぞれの実践例からマーケティング戦略を理解し、スポーツマーケティングを実践できるようになる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	スポーツマーケティングケーススタディⅡ、スポーツビジネス		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	三宅　智之	実務経験	○
実務内容	プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社でファンマーケティング、スポンサーマーケティングに従事した経験を元に、スポーツ業界における実践的なマーケティング活動について教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	第9章逆台形モデル	スポーツ発展における逆台形モデルと部活動の現状
3	第8章トリプルミッション	8.1 スポーツビジネスを取り巻くトリプルミッションとその役割
4		8.7 競技団体、リーグ機構、クラブ・球団、選手におけるトリプルミッション
5	競技団体・リーグのマーケティング	競技力の向上と競技の普及（プレーヤーに対するマーケティング）
6		リーグのマーケティング（ファン・スポンサーに対するマーケティング）
7		スポーツによる社会課題への取り組み（社会に対するマーケティング）
8	クラブチームのマーケティング	ファンマーケティング・集客力の向上
9		スタジアム・アリーナ内のマーケティング

各回の展開		
回数	単元	内容
10	クラブチームのマーケティング	スタジアム・アリーナ外のマーケティング
11	第13章 スポンサーシップとパートナーシップ	13.3 スポンサーの種類
12		パートナーシップ
13	メディアの活用	SNS・データ活用
14	テスト	前期テスト実施
15	総まとめ	前期の総まとめと補足

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツマーケティングケーススタディⅡ		
必修選択	必修	（学則表記）	スポーツマーケティングケーススタディⅡ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	スポーツビジネス最強の教科書　第二版		出版社	東洋経済新報社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツビジネスにおけるマーケティングの具体的事例を取り上げてその戦略や狙いから実際の結果・成果を紐解き、スポーツ業界における実践的なマーケティング活動について理解する。		
到達目標	「スポーツのマーケティング」と「スポーツを活用したマーケティング」という2つのスポーツマーケティングについて、それぞれの実践例からマーケティング戦略を理解し、スポーツマーケティングを実践できるようになる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	スポーツマーケティングケーススタディⅠ、スポーツビジネス		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	三宅　智之	実務経験	○
実務内容	プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社でファンマーケティング、スポンサーマーケティングに従事した経験を元に、スポーツ業界における実践的なマーケティング活動について教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	第14章 スポーツメーカー	世界のスポーツメーカー
3		日本のスポーツメーカー
4		スポーツ用品
5	企業のスポーツマーケティング	スポンサーシップの活用
6		チームを保有する
7		アスリートとの共同
8	関連法規	著作権、肖像権、ライセンスなど

各回の展開		
回数	単元	内容
9	第15章　17.8 スポーツ産業活性化に向けての政府の動き	①収益の上がるスタジアム・アリーナの建設・改修
10		②競技団体等のコンテンツホルダーの経営力強化、新ビジネスの創出
11		④他産業との融合等によるスポーツ新市場の創出
12		⑤一億総スポーツ社会の実現（スポーツ参画人口の拡大）
13		③スポーツ経営人材の育成・確保
14	テスト	後期テスト実施
15	総まとめ	後期の総まとめと補足

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	実技	科目名	トレンドエクササイズⅢ		
必修選択	選択	（学則表記）	トレンドエクササイズⅢ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	30
使用教材	トレーニング指導者テキスト 実践編		出版社	大修館書店	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	１年次に学んだ、マシントレーニング、基礎的なフリーウエイトトレーニングのトレーニングのプログラム作成と指導実践を通して、お客様への伝え方、知識のアウトプット方法を身につける。		
到達目標	初心者に対して、マシントレーニングとフリーウエイトトレーニングの基本的なプログラム作成および、エクササイズ指導ができるようになる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度・意欲：40%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	トレンドエクササイズⅠ、トレンドエクササイズⅡ、トレンドエクササイズⅣ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	角舘　沙矢佳	実務経験	○
実務内容	学生・社会人サッカークラブ、サッカースクールでコーチングスタッフとして通算5年間の勤務、社会人クラブでのフロントスタッフとして2年間勤務した経験を元に、トレーニングのプログラム作成と指導実践から、お客さまへの伝え方等、知識のアプトプット方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	マシントレーニングのプログラム作成と指導	トレーニングマシンのオペレーション（初回利用者対応）①
2		トレーニングマシンのオペレーション（初回利用者対応）②
3		トレーニングマシンのプログラム作成と指導①
4		トレーニングマシンのプログラム作成と指導②
5		トレーニングマシンのプログラム作成と指導③
6		トレーニングマシンのプログラム作成と指導④

各回の展開		
回数	単元	内容
7	トレーニングにおけるＢｉｇ３の指導実践	ベンチプレスのセット法の組み方と指導実践①
8		ベンチプレスのセット法の組み方と指導実践②
9		バックスクワットのセット法の組み方と指導実践①
10		バックスクワットのセット法の組み方と指導実践②
11		デッドリフトのセット法の組み方と指導実践①
12		デッドリフトのセット法の組み方と指導実践②
13		Ｂｉｇ３指導実践のまとめ
14	総まとめ①	マシントレーニング、フリーウエイトの指導実践評価①
15	総まとめ②	マシントレーニング、フリーウエイトの指導実践評価②

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	実技	科目名	トレンドエクササイズⅣ		
必修選択	選択	（学則表記）	トレンドエクササイズⅣ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	30
使用教材	トレーニング指導者テキスト 実践編 健康運動実践指導者養成テキスト		出版社	大修館書店	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	１年次に学んだ、スタジオプログラムや自重によるトレーニングを中心に、多岐に渡るエクササイズのプログラム作成と実演指導を通して、お客様への伝え方、知識のアウトプット方法を身につける。		
到達目標	トレンドエクササイズⅡで習得したトレーニングの実技テクニックを踏まえたうえで、フィットネスクラブにおけるプログラム開発に繋がるようなトレーニングプログラムを考え、指導ができる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度・意欲：40%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格			
関連科目	トレンドエクササイズⅠ、トレンドエクササイズⅡ、トレンドエクササイズⅢ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	角舘　沙矢佳	実務経験	○
実務内容	学生・社会人サッカークラブ、サッカースクールでコーチングスタッフとして通算5年間の勤務、社会人クラブでのフロントスタッフとして2年間勤務した経験を元に、トレーニングのプログラム作成と指導実践から、お客さまへの伝え方等、知識のアプトプット方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	自重トレーニングのプログラム作成と指導	上肢、下肢、体幹の自重トレーニングのプログラム作成と指導①
2		上肢、下肢、体幹の自重トレーニングのプログラム作成と指導②
3		上肢、下肢、体幹の自重トレーニングのプログラム作成と指導③
4	バランスエクササイズのプログラム作成と指導	静的なバランス能力・姿勢支持能力向上のトレーニングのプログラム作成と指導①
5		静的なバランス能力・姿勢支持能力向上のトレーニングのプログラム作成と指導②
6		静的なバランス能力・姿勢支持能力向上のトレーニングのプログラム作成と指導③

各回の展開		
回数	単元	内容
7	ファンクショナルトレーニングのプログラム作成と指導	ＴＲＸやクロスコア、ＶｉＰＲ、ケトルベル等を用いたエクササイズのプログラム作成と指導①
8		ＴＲＸやクロスコア、ＶｉＰＲ、ケトルベル等を用いたエクササイズのプログラム作成と指導②
9		ＴＲＸやクロスコア、ＶｉＰＲ、ケトルベル等を用いたエクササイズのプログラム作成と指導③
10	ハイインテンシティ・インターバル・トレーニング（HIIT）のプログラム作成と指導	ハイ・インテンシティ・トレーニング（HIIT）のプログラム作成と指導①
11		ハイ・インテンシティ・トレーニング（HIIT）のプログラム作成と指導②
12	セルフ・コンディショニングのプログラム作成と指導	フォームローラーを用いたセルフ・コンディショニングのプログラム作成と指導①
13		フォームローラーを用いたセルフ・コンディショニングのプログラム作成と指導②
14	後期まとめ①	指導実践評価①
15	後期まとめ②	指導実践評価②

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	キャリア教育Ⅲ		
必修選択	選択	（学則表記）	キャリア教育Ⅲ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	15
使用教材	TAKEOFF		出版社	なし	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	就職内定に向けた就職指導だけでなく、働く意義や自身のキャリアプランを明確にし、卒業後に長くスポーツ業界で活躍できる人材に必要な知識を習得する。
到達目標	スーツの着こなし、ビジネスメールなど、対企業との接し方が理解できている。 内定を獲得できる志望動機を作成し、面接スキルを身に付ける。 インターンシップで学んだことを明文化しクラスメイトや後輩に伝える力を養えている。
評価基準	発表：50%　提出物：30%　授業態度：20%
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	キャリア教育Ⅳ
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	三津谷　翔平
実務経験	○
実務内容	ポリバレント株式会社でスポーツマネジメントを主として4年間のエージェント業で得た経験を元に、自信を持って多くの企業にエントリーできるよう授業展開をする。

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	就職とは（活動の流れ） 正しいスーツの着方	なりたい自分（目標）を再考する 就職活動において今後自身が何をするのかを知り、就活スタイルの確認をする。
2	送付状について	書類送付時に必要な送付状の書き方（データ作成）を理解し実践する
3	企業研究①	企業研究を実施 リクナビ・マイナビ・スポーツビジネス系求人サイトの確認
4	企業研究②	
5	企業研究③	
6	面接対策①	実際に質問・応答を実践する 受ける側と質問する側の経験をする 対面面接、WEB面接それぞれにおける所作を実践する
7	面接対策②	
8	面接対策③	

各回の展開		
回数	単元	内容
9	早期活動者、内定者、卒業生より	早期活動者、内定者、卒業生より、就職活動のポイント、内定した企業の志望動機・魅力、面接のポイントをPPTやパネルディスカッションで説明/理解する
10	ビジネスメールについて	社会人として必要なビジネスメールの基礎について学び、実践できるようにする
11	名刺作成①	名刺作成の実施
12	名刺作成②	
13	インターンシップ準備	インターンシップでの心構え、活動目標の設定 話の聞き方や、コミュニケーションにおける重要事項を知る
14	インターンシップ発表①	インターンシップ発表準備
15	インターンシップ発表②	インターンシップでの活動内容を発表する

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	キャリア教育Ⅳ		
必修選択	選択	（学則表記）	キャリア教育Ⅳ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	15
使用教材	TAKEOFF		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	就職内定に向けた就職指導だけでなく、働く意義や自身のキャリアプランを明確にし、卒業後に長くスポーツ業界で活躍できる人材に必要な知識を習得する。		
到達目標	社会で求められる人材とは何かを具体的に理解できている。 社会人として働くうえで最低限必要な知識を身に付けられている。 キャリアプランシートを作成し、卒業後の自身のキャリアをイメージできている。		
評価基準	発表：50%　提出物：30%　授業態度：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	キャリア教育Ⅲ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	三津谷　翔平	実務経験	○
実務内容	ポリバレント株式会社でスポーツマネジメントを主として4年間のエージェント業で得た経験を元に、社会人に必要なビジネススキルを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	後期の目標設定	就職活動の状況に応じて各自の目標を設定する 社会で求められる人物像を明確にし、自身の取り組むべきことを理解する
2	社会人基礎力について	社会人基礎力とは 社会人基礎力チェックの実施
3	社会人基礎力②（Action）	前に踏み出す力について解説、自分自身が挑戦していくべきことを明確にする
4	社会人基礎力③（Thinking）	考え抜く力を醸成するためにロジカルThinkingをできるようにしていく
5	社会人基礎力④（TeamWork）	仕事として組織で動いていくことの重要性を理解し、答えのない世界に対して提案できるようなマインドを知る
6	ビジネスマインドについて	ビジネスマインドと求められる力を確認する
7	情報リテラシー	情報リテラシー、情報の取り扱い、SNS運用についての学ぶ
8	給与明細表の見方と税金の仕組み	保険や税金について働いた先を理解する

各回の展開		
回数	単元	内容
9	お金について	生涯年収と資産形成について 働き方と収入の得方の違い
10	独立・企業について	独立・起業のメリットデメリットを理解する
11	キャリアプランシートの作成①	キャリアプランシートの作成方法と作成の留意事項について
12	キャリアプランシートの作成②	キャリアプランシートの作成
13	キャリアプランシートの作成③	
14	発表	自身のキャリアプランについて発表をする
15	アドバイスシートの作成・まとめ	次年度就職活動をする後輩たちへのアドバイスシートの作成

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	フィットネスクラブマネジメント		
必修選択	選択	（学則表記）	フィットネスクラブマネジメント		
開講				単位数	時間数
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	フィットネスクラブマネジメント　公式テキスト基礎 FCM技能検定学科・実技試験問題解答解説集		出版社	一般社団法人 日本フィットネス産業協会	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	フィットネスクラブに従事する者として、フィットネス産業の商品・サービスなどの特徴及び重要性などを正しく理解し、将来性を描き、そこに適切にアプローチできる能力を身に付ける。		
到達目標	フィットネスクラブマネジメント検定３級の取得		
評価基準	テスト・検定/レポート：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者		
関連資格	フィットネスクラブマネジメント技能検定3級		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	山下　誠	実務経験	○
実務内容	大手スポーツクラブで１０年間チーフトレーナーとして勤務、その後パーソナルトレーナー・インストラクターとして多くに方の健康に携わる。その経験を元に、フィットネス産業の商品・サービスなどの特徴及び重要性などを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業概要の説明・日本のフィットネスクラブ業界のトレンド
2	第1章　フィットネス産業	フィットネス産業の現状・歴史・特徴
3	第2章　健康づくり	健康施策の概要と動向・生活習慣病とその予防 栄養・運動・休養
4	第3章　運動・トレーニング基礎	運動生理学の基礎・トレーニングの基礎
5	第4章　店舗運営	フロント業務・ジム運営
6	第4章　店舗運営	スタジオ運営・プール運営業務
7	第4章　店舗運営	イベント企画運営 ショップ販売及び付帯業務・クラブ内での緊急対応
8	第5章　施設・設備管理の意義と重要性	総合クラブの施設内容
9	第5章　施設・設備管理の意義と重要性	管理の概念と基本

各回の展開		
回数	単元	内容
10	第6章　顧客マネジメント	顧客対応と接客の心構え
11	第6章　顧客マネジメント	見学者対応・顧客対応と課題解決
12	第7章　チームワークとコミュニケーション	組織と業務分担の考え方・仕事の進め方 コミュニケーションの重要性・リーダーシップとフォロワーシップ
13	第8章　安全衛生	職場の安全衛生
14	試験対策①	試験対策①　過去問題の実施
15	試験対策②	試験対策②　模擬問題の実施

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	未来デザインプログラムⅡ		
必修選択	選択	（学則表記）	未来デザインプログラムⅡ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	15
使用教材	未来デザインプログラムⅡ　ワークブック 公認モチベーション・マネジャー資格　エントリーコース		出版社	一般社団法人モチベーション・マネジメント協会	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	学校や社会でおこる「不都合な現実」の乗り越え方を学ぶ。		
到達目標	「公認モチベーション・マネジャー資格　エントリーコース」取得		
評価基準	提出物：70% テスト：30%		
認定条件	・出席が総時間数の2/3以上ある者 ・成績評価が２以上の者		
関連資格	公認モチベーション・マネジャー資格　エントリーコース		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	金子　能久	実務経験	
実務内容			

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	モチベーションを学ぶとは？	未来デザインプログラムⅡの趣旨理解(モチベーションションタイプ)
2	職場や実習先の人と仲間になろう	「職場や実習先の人と仲間になる」ためのポイント(ジョハリの窓①)
3	就活や実習をうまく進めるためには？	「就活がうまく進む気がしない」時の乗り越え方(自己効力感)
4	キャリアを積んでいこう	「応募したい求人が見つからない」時の乗り越え方(ブランドハップンスタンス)
5	資格を取得しよう	「資格勉強のやる気が落ちた」時の乗り越え方(目標設定理論①)
6	働く先にあるものとは？	「働く意味がみえなくなった」時の乗り越え方(欲求階層説)
7	理論を知る意味（復習）	モチベーション理論、未来デザインプログラムⅡの前半で学んだことの振り返り
8	就職活動を成功させるためには？	「思い通りにならない就職活動」の乗り越え方(選択理論)
9	価値観のズレを乗り越えよう	「価値観の違い」を感じた時の乗り越え方(フィット理論)

各回の展開		
回数	単元	内容
10	先輩と良い関係を築くためには？	「先輩とうまくいかない」時の乗り越え方(ジョハリの窓②)
11	上達しないときのポイントとは？	「やっていることが上達できない」時の乗り越え方(高原/プラトー現象)
12	思い通りにならない状況を乗り越えよう	「思い通りにならないことと直面した」時の乗り越え方(タイムスイッチ)
13	未来デザインプログラムⅡの振り返り&テスト	モチベーション理論、未来デザインプログラムⅡで学んだことの復習（知識確認）
14	やる気を高めるためには？	「授業に身が入らない」時の乗り越え方(目標設定理論②)
15	総まとめ	全体のまとめ＆ハンドブックについての説明

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	モチベーションマネジメント		
必修選択	選択	（学則表記）	モチベーションマネジメント		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	モチベーションマネジメントワークブック		出版社	モチベーションマネジメント協会	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツビジネス業界で求められるモチベーションマネジメントを習得する。		
到達目標	「モチベーション・インストラクター資格」を取得する。 他者のモチベーション維持向上する為の理論を習得する。		
評価基準	提出物：70%　　テスト：30%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	モチベーションインストラクター資格		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	上田　佳奈	実務経験	
実務内容			

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	モチベーションとは	モチベーションとは/モチベーションを学ぶ意義の理解
2	期待理論①概論	モチベーションを高める公式の理解(やりたい感×やらなきゃ感×やれそう感)
3	期待理論②目標設定理論	やりたい感を高める方法の理解
4	期待理論③	やらなきゃ感を高める方法の理解
5	期待理論④自己効力感	やれそう感を高める方法の理解
6	復習：期待理論	期待理論の日常への活用
7	選択理論	変えられるもの/変えられないものの理解
8	構造転換	物事の捉え方を変える方法(スイッチ＆フォーカス)の理解
9	影響力の源泉	人に影響力を与える5つの要素の理解

各回の展開		
回数	単元	内容
10	PM理論	リーダーシップの2つの機能(P/M)の理解
11	復習：10回分/テスト	10回分の理論の復習/テストの実施
12	外発的・内発的モチベーション	テスト振り返り/外発的・内発的モチベーションの理解
13	欲求階層説	マズローの欲求階層説の理解
14	集団凝集性	人が組織に所属するポイントの理解
15	経験学習モデル/総まとめ	振り返りの重要性と振り返り方法の理解/総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	アプリケーション演習Ⅲ		
必修選択	選択	（学則表記）	アプリケーション演習Ⅲ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	実践的なPCスキルの習得・健全なITリテラシー・自分自身の課題発見と解決する力を身に付ける		
到達目標	実践的なPowerPointの操作ができる 基本的なホームページ制作、映像制作ができる		
評価基準	テスト/制作物：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	アプリケーション演習Ⅳ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	紅林　梨菜	実務経験	○
実務内容	企業でアートディレクター・デザイナーとして１０年勤務をした経験を基に、PCを正しく使用し、ビジネスの場で正確かつ効率よく情報を伝える方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション 実践的なPCスキル	授業の流れ、到達目標、評価基準について説明 企業へ提出できる実践レベルの企画書作成
2	WEB制作 ①	ホームページとは？ ホームページ制作ツールの説明
3	WEB制作 ②	ホームページ制作
4	WEB制作 ③	ホームページ制作 ホームページの運営方法（SEO・効果測定・PDCA）
5	SNS活用 ①	SNSとは？
6	SNS活用 ②	SNSの活用事例・仕組み・有料広告・運用方法
7	プレゼンテーション①	人の心を動かすプレゼンテーションとは？ プレゼンテーション動画の視聴、プロモーション映像の視聴
8	企画書作成 ①	「企画書」「チラシ」PowerPoint にて作成 「告知ページ（非公開）」HP制作ツールにて制作 「PR映像」映像編集ソフト or アプリにて制作
9		

各回の展開		
回数	単元	内容
10	プレゼンテーション②	担当教員との個別指導、事前準備と作成（企画書、プレゼン内容、手法を説明し、プレゼンへの準備）
11	プレゼンテーション③	クラス発表（作成した企画書のプレゼンテーションを実施）
12	プレゼンテーション④	結果発表を行なった上で、 改善と対策をする
13	企画書作成 ②	制作物の修正
14	テスト	タイピング、PowerPoint、IT専門用語、ITリテラシー
15	まとめ	総まとめの実施、個別アドバイス

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	アプリケーション演習Ⅳ		
必修選択	選択	（学則表記）	アプリケーション演習Ⅳ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	実践的なPCスキルの習得・健全なITリテラシー・チーム（グループ）での成果を出せる		
到達目標	実践的なアプリケーションの知識、操作の習得 チーム（グループ）で課題に取り組み、成果を出せる		
評価基準	テスト/制作物：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	アプリケーション演習Ⅲ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	紅林　梨菜	実務経験	○
実務内容	企業でアートディレクター・デザイナーとして１０年勤務をした経験を基に、PCを正しく使用し、ビジネスの場で正確かつ効率よく情報を伝える方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション 実践的なPCスキル	授業の流れ、到達目標、評価基準について説明 ITツールを使いチームで成果を出す
2	ビジネス効率化ツール ①	オンラインツール アイデア発想、ビデオ会議、プレゼンツール、画像編集、ファイル変換など
3	ビジネス効率化ツール ②	クラウドとは？ グループウェアとは？
4	ビジネス効率化ツール ③	グループウェアの機能 チャット・タスク管理、プロジェクト管理、顧客管理、スケジュール管理、データ共有
5	ビジネス効率化ツール ⑤	Excel関数マクロ、Python、ツール作成
6	活用事例から未来予測	AI（人工知能）、ビッグデータ、データサイエンス
7	テスト	IT専門用語テスト
8	課題解決・提案書の作成	企業の課題・問題解決のため、ITを活用した提案書を作成
9	実践プロジェクト①	チーム（グループ）でイベントを企画し開催 グループウェアを導入

各回の展開		
回数	単元	内容
10	実践プロジェクト②	役割分担、企画書、チラシ、HP、プロモーションの制作
11	実践プロジェクト③	プロモーション、イベント準備
12	実践プロジェクト④	
13	実践プロジェクト⑤	実際にイベントを開催する（効果・検証を確認）
14	実践プロジェクト⑥	アンケートの集計、課題点の抽出、波及効果、検証を実施
15	まとめ	総まとめの実施、個別アドバイス

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	マーケティングリサーチⅠ		
必修選択	選択	（学則表記）	マーケティングリサーチⅠ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	マーケティングリサーチとデータ分析の基本		出版社	すばる舎	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	商品やサービスを開発・提供するに至るまでの調査・分析に関するマーケティング活動についての理論を学習する		
到達目標	マーケティングリサーチとデータ分析の基本が理解できる 分析したデーターの活用ができる		
評価基準	リサーチ実践テスト/プレゼンテーション：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	マーケティングリサーチⅡ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、スポーツ業界の全ての職種で必須となるリサーチ力、課題や問題点の抽出力、解決策の企画力、提案力などを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	ビジネスにおけるデーター活用が必要なのか①	多様化する価値観とライフスタイルについて学ぶ
3	リサーチ・データー分析の始め方①	シンプルなデーター活用のポイントについて学ぶ
4	リサーチ・データー分析の始め方②	効果的で効率的なリサーチのポイントについて学ぶ
5	リサーチ・データー分析の始め方③	データー収集と調査手法の選択について学ぶ
6	リサーチ・データー分析の始め方④	リサーチ・データ分析を実施する
7	インターネットリサーチとインタビュー調査①	インターネットリサーチとインタビュー調査について学ぶ
8	インターネットリサーチとインタビュー調査②	インターネットリサーチの企画について学ぶ

各回の展開		
回数	単元	内容
9	インターネットリサーチとインタビュー調査③	インタビュー調査について学ぶ
10	インターネットリサーチとインタビュー調査④	インターネットリサーチとインタビュー調査を実施する
11	リサーチとデータ分析①	実際にインターネットリサーチ・データ収集を実施する
12		
13	リサーチとデータ分析②	データの分析とまとめたデータを発表する
14		
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	マーケティングリサーチII		
必修選択	選択	（学則表記）	マーケティングリサーチII		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	マーケティングリサーチとデータ分析の基本		出版社	すばる舎	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	商品やサービスを開発・提供するに至るまでの調査・分析に関するマーケティング活動についての理論を学習する		
到達目標	マーケティングリサーチとデータ分析の基本が理解できる 分析したデーターの活用ができる		
評価基準	リサーチ実践テスト/プレゼンテーション：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	マーケティングリサーチI		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、スポーツ業界の全ての職種で必須となるリサーチ力、課題や問題点の抽出力、解決策の企画力、提案力などを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	仮説思考の重要性①	仮説構築・仮説思考の重要性について学ぶ
3	仮説思考の重要性②	アウトプットで仮設を深める
4	データーを分析し、アクションに繋げる①	分析・解釈について学ぶ
5	データーを分析し、アクションに繋げる②	アウトプット作成について学ぶ
6	マーケティングリサーチの最前線①	デジタルマーケティングとリサーチについて学ぶ
7	マーケティングリサーチの最前線②	生体情報を活用したデータ分析

各回の展開		
回数	単元	内容
8	マーケティング実践①	実際にマーケティングとリサーチをする
9		
10		
11	マーケティング実践②	リサーチしたものを分析して新商品開発を考える
12		
13		
14	マーケティング実践③	研究したものを発表する
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ビジュアルコミュニケーションデザイン実践Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	ビジュアルコミュニケーションデザイン実践Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	ビジネス資料のデザイン編集		出版社	ソシム株式会社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	情報をデザインによって効果的に伝えるビジュアルコミュニケーションデザインの基礎・基本から学習する		
到達目標	効果のあるデザイン手法が理解できる。 効果のあるデザイン手法を使って表現できる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	ビジュアルコミュニケーションデザイン実践Ⅱ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、スポーツ業界の全ての職種で必須となるリサーチ力、課題や問題点の抽出力、解決策の企画力、提案力などを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	チラシ・ポスター デザイン	効果のあるチラシ、ポスターとは？ レイアウトアイデア 視線誘導の理解
3		
4	チラシの作成	テーマに沿った効果があるチラシデザイン
5	看板・屋外広告 デザイン	効果のある看板・屋外広告とは？ レイアウトアイデア
6		
7	看板・屋外広告の作成	テーマに沿った看板・屋外広告デザイン

各回の展開		
回数	単元	内容
8	WEBサイト デザイン	効果のあるWEBサイトとは？ レイアウトアイデア
9		
10	WEBデザインの作成	テーマに沿ったWEBデザイン
11	トータルデザイン ①	スポーツ関連企業のトータルデザイン、ビジュアルでのブランディング・プロデュースを学ぶ
12	トータルデザイン ②	企画立案、制作
13		
14	プレゼンテーション	企画・制作物のプレゼンテーション
15	総まとめ	総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ビジュアルコミュニケーションデザイン実践Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	ビジュアルコミュニケーションデザイン実践Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	ビジネス資料のデザイン編集		出版社	ソシム株式会社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	情報をデザインによって効果的に伝えるビジュアルコミュニケーションデザインの基礎・基本から学習する		
到達目標	効果のあるデザイン手法が理解できる。 効果のあるデザイン手法を使って表現できる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	ビジュアルコミュニケーションデザイン実践Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、スポーツ業界の全ての職種で必須となるリサーチ力、課題や問題点の抽出力、解決策の企画力、提案力などを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	ロゴ デザイン	ロゴのコンセプトの事例紹介（配色、法則、黄金比、制作プロセス）
3	ロゴ デザイン作成	テーマに沿ったロゴデザインを実施
4	プロダクトデザイン	3Dプリンター、レーザーカッター、UVプリンターの紹介
5	プロダクトデザイン作成	テーマに沿ったプロダクトデザインを実施
6	パッケージデザイン	パッケージデザインの事例紹介（配色、カタチ、形状、制作プロセス）
7	パッケージ デザイン作成	テーマに沿ったパッケージデザインを実施

各回の展開		
回数	単元	内容
8	映像表現デザイン	アニメーション、グラフィック、CG、実写、写真、動画などの映像表現 どのような表現、ツールがあるのか、また、その効果について学び、テーマにそった動画を制作
9		
10		
11		
12	プレゼンテーション	プレゼンテーションと制作した動画の上映会
13		
14	プレゼンテーション 結果発表	結果発表と振り返りを基に 改善と再構築をする
15	総まとめ	総まとめを行なう

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ギアメンテナンス実践Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	ギアメンテナンス実践Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツショップで取り扱うスポーツ用品からトレーニング機器に関する知識やそれらの修理や調整などメンテナンスに関わる知識とスキルを実践を通して身につける		
到達目標	用品・機器の構造を理解する メンテナンスを実践できる		
評価基準	テスト/レポート/実技試験：70%　授業態度：20%　　提出物：10%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格			
関連科目	ギアメンテナンス実践Ⅱ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中澤　拓也	実務経験	○
実務内容	理学療法士として船橋整形外科で７年、足立慶友整形外科で４年弱の勤務をしながらスポーツウェアとケガの関係性に着目。その経験を活かし、スポーツウェアアドバイザーとして独立してスーパースポーツヴィクトリアサンシャインシティ池袋店にて１年弱、スポーツショップにて身体機能に合わせた商品選択をする重要性を伝達する経験を元に、様々なスポーツ用品の名称やメンテナンス方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	アライメント	足形測定、インソール、カスタムバランスについて学ぶ
3	シューズの選び方	ランニングシューズの選び方
4	シューズメンテナンス①	ランニングシューズの基本的な機能について学ぶ
5	シューズメンテナンス②	ランニングシューズのメンテナンスを行う
6	コンプレッションウエア	コンプレッションウエアの種類とメンテナンスについて学ぶ
7	ゴルフメンテナンス①	ゴルフ用品の構造について学ぶ
8	ゴルフメンテナンス②	ゴルフの歴史、市場動向、ゴルフのルールについて学ぶ

各回の展開		
回数	単元	内容
9	ゴルフメンテナンス③	ゴルフ用品の基本的なメンテナンスについて学ぶ
10	キャンプメンテナンス①	キャンプ用品の基本的な構造について学ぶ
11	キャンプメンテナンス②	キャンプ用品の基本的なメンテナンスについて学ぶ
12	トレッキングメンテナンス①	トレッキング用品の基本的な構造について学ぶ
13	トレッキングメンテナンス②	トレッキング用品の基本的なメンテナンスについて学ぶ
14	マリンメンテナンス	マリン用品の基本的な構造、メンテナンスについて学ぶ
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ギアメンテナンス実践Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	ギアメンテナンス実践Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツショップで取り扱うスポーツ用品からトレーニング機器に関する知識やそれらの修理や調整などメンテナンスに関わる知識とスキルを実践を通して身につける		
到達目標	用品・機器の構造を理解する メンテナンスを実践できる		
評価基準	実技試験：40%　テスト/レポート：30%　授業態度：30%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	ギアメンテナンス実践Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中澤　拓也	実務経験	○
実務内容	理学療法士として船橋整形外科で７年、足立慶友整形外科で４年弱の勤務をしながらスポーツウェアとケガの関係性に着目。その経験を活かし、スポーツウェアアドバイザーとして独立してスーパースポーツヴィクトリアサンシャインシティ池袋店にて１年弱、スポーツショップにて身体機能に合わせた商品選択をする重要性を伝達する経験を元に、様々なスポーツ用品の名称やメンテナンス方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	サッカーシューズのメンテナンス	サッカーシューズの種類、メンテナンスについて学ぶ
2	野球の用具メンテナンス①	野球用具の種類や構造について学ぶ
3	野球の用具メンテナンス②	野球のグローブ、シューズメンテナンスを行う
4	テニス・バトミントンメンテナンス①	テニス・バトミントンの基本的な構造について学ぶ
5	テニス・バトミントンメンテナンス①	テニス・バトミントンのメンテナンスを学ぶ
6		
7	卓球メンテナンス	卓球用品の基本的な構造について学ぶ
8	健康食品・健康器具	店舗に置かれる健康食品・健康器具について学ぶ

各回の展開		
回数	単元	内容
9	健康食品・健康器具	健康食品・健康器具の基本的な知識を学ぶ
10	テーピング・サポーター	店舗に置かれるテーピング・サポーターについて学ぶ
11	スキー・スノーボードメンテナンス①	スキー・スノーボードの基本的な構造について学ぶ
12	スキー・スノーボードメンテナンス②	スキー・スノーボードの基本的なメンテナンスについて学ぶ
13	スキー・スノーボードメンテナンス③	スキーのメンテナンスを行う
14	スキー・スノーボードメンテナンス④	スノーボードのメンテナンスを行う
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	商品開発論Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	商品開発論Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	成功する新商品開発プロジェクトのすすめ方		出版社	同文館出版	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	スポーツに関わる用品、ウェアなどスポーツショップで取り扱う商品はどのような議論を経て店頭に並ぶことができるのか商品開発の基本について学習する
到達目標	商品開発プロジェクトの流れが理解できる 商品開発の基礎を説明できる
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	商品開発論Ⅱ
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	内田　直生　　実務経験　○
実務内容	病院や一般企業や研究所で理学療法士・研究員・事業開発担当として２年以上勤務をした経験を基に、商品開発の基本について教授する。

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	プロジェクトを定義する①	プロジェクト責任者の心得について学ぶ
3	プロジェクトを定義する②	プロジェクト責任者としての姿勢について学ぶ
4	プロジェクトを定義する③	プロジェクト責任者の立場について学ぶ プロジェクト責任者としてどのような知識・考え方が必要かまとめる
5	コンセプトを立案し開発目標を定める①	コンセプトの立案について学ぶ
6		
7		
8	コンセプトを立案し開発目標を定める②	開発目標について学ぶ
9	開発スケジュールを定めチームを固める①	開発スケジュールを定めるについて学ぶ

各回の展開		
回数	単元	内容
10	開発スケジュールを定めチームを固める②	チームビルディングの要諦について学ぶ
11		
12	プロジェクトの目標を達成するために①	コラボレーションの相手を見つける
13	プロジェクトの目標を達成するために②	プロジェクトの事業性を探る
14	プロジェクトの目標を達成するために③	リスクマネジメントの重要性
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	商品開発論Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	商品開発論Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	成功する新商品開発プロジェクトのすすめ方		出版社	同文館出版	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツに関わる用品、ウェアなどスポーツショップで取り扱う商品はどのような議論を経て店頭に並ぶことができるのか商品開発の基本について学習する		
到達目標	商品開発プロジェクトの流れが理解できる 商品開発の基礎を説明できる		
評価基準	発表：50%　テスト：20%　授業態度：20%　　提出物：10%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	商品開発論Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	内田　直生	実務経験	○
実務内容	病院や一般企業や研究所で理学療法士・研究員・事業開発担当として２年以上勤務をした経験を基に、商品開発の基本について教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	プロジェクトを実行する①	決断・承認ができるようになる。
3	プロジェクトを実行する②	チームを鼓舞する・リカバリー案を考え、実行する
4	プロジェクトを試す	市場を創ることについて学ぶ 市場で小さく試すことについて学ぶ
5	プロジェクトのクロージング	新商品の発表について学ぶ プロジェクトの最終について学ぶ
6	プロジェクトのケーススタディ①	現場での実例をもとに学ぶ
7	プロジェクトのケーススタディ①	現場での実例をもとに学ぶ
8	プロジェクトを作成する	新商品の開発プロジェクトの企画・立案まで行う
9		

各回の展開		
回数	単元	内容
10	プロジェクトを作成する	新商品の開発プロジェクトの企画・立案まで行う
11		
12		
13		
14	発表	プロジェクトの発表
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	プロモーション実践Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	プロモーション実践Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	担当になったら知っておきたい「販売促進」実践講座		出版社	日本実業出版社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	メーカーで開発・製造されたスポーツ用品が多くの同類の商品の中から選ばれて購入してもらうためにどのような観点で消費者へアプローチするのかなどプロモーションに関する知識を身につける		
到達目標	プロモーションの基礎知識を理解できる。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	プロモーション実践Ⅱ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、プロモーションに関する基礎知識を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標
2	販売促進とは何か	販売促進の基本
3	販売促進の仕組み	マインドシェアの獲得、顧客の階層、顧客コミュニティと販売促進、６つのステップ
4		集客ステップ
5	インターネットによる販売促進	インターネットによる販売活動
6		ディスプレイ広告、ソーシャルメディア広告
7		アフィリエイト広告、広告以外のアクセス獲得、ブログ、オウンドメディア
8		ソーシャルメディアの運用、ＨＰ、リピート促進、インターネットのまとめ

各回の展開		
回数	単元	内容
9	イベントによる販売活動	５つのタイプ、成功させる秘訣、アフターフォロー
10		
11	販売促進のプランニング	企画立案の進め方、顧客、競合店、スタッフ、マネジメント、戦略的計画
12		
13		
14		
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	プロモーション実践Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	プロモーション実践Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	担当になったら知っておきたい「販売促進」実践講座		出版社	日本実業出版社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	メーカーで開発・製造されたスポーツ用品が多くの同類の商品の中から選ばれて購入してもらうためにどのような観点で消費者へアプローチするのかなどプロモーションに関する知識を身につける		
到達目標	プロモーションの基礎知識を理解できる。 対顧客に向けたプロモーション方法を知る。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	プロモーション実践Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、対顧客に向けたプロモーション方法を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標
2	ケーススタディ	前期の知識を基にケーススタディを実施
3		
4	直接的な販売活動	販売時直接型①
5		販売時直接型②
6		販売時直接型③
7		販売時直接型④
8		販売時直接型⑤

各回の展開		
回数	単元	内容
9	直接的な販売活動	販売時直接型⑥
10	直接的な販売活動のまとめ	直接的な販売活動のまとめ
11	新規顧客向け	新規顧客に向けた媒体活用方法
12		
13	既存顧客に向け	既存顧客に向けた媒体活用方法
14		
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ストアオペレーションⅠ		
必修選択	選択	（学則表記）	ストアオペレーションⅠ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	販売管理論　入門		出版社	学文社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	店舗における様々な業務を基礎から整理して理解し、店舗運営の効率化・コスト削減など運営戦略に関する基本を理解する		
到達目標	店舗の業務が理解できる 店舗の業務を説明・効率化を考えることができる 店舗展開の戦略を立てることができる		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	ストアオペレーションⅡ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中澤　拓也	実務経験	○
実務内容	理学療法士として船橋整形外科で７年、足立慶友整形外科で４年弱の勤務をしながらスポーツウェアとケガの関係性に着目。その経験を活かし、スポーツウェアアドバイザーとして独立してスーパースポーツヴィクトリアサンシャインシティ池袋店にて１年弱、スポーツショップにて身体機能に合わせた商品選択をする重要性を伝達する経験を元に、店舗運営に必要な知識を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標
2	ストアオペレーション①	ストアオペレーションの基本
3	ストアオペレーション②	包装技術の基本・ディスプレイの基本
4		
5		
6	ストアオペレーション③	作業割当の基本
7	販売・経営者管理①	販売員の役割の基本

各回の展開		
回数	単元	内容
8	販売・経営者管理②	販売員の法令知識
9		
10	販売・経営者管理③	計数管理の基本
11	販売・経営者管理④	店舗管理の基本
12	ケーススタディ・プレゼンテーション①	様々な業種がどのような店舗運営をしているか調べる
13	ケーススタディ・プレゼンテーション②	陳列の仕方、接客、経営など各企業の強みをまとめる
14	プレゼンテーション③	グループ発表・振返り
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ストアオペレーションⅡ		
必修選択	選択	（学則表記）	ストアオペレーションⅡ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	販売管理論　入門		出版社	学文社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	店舗における様々な業務を基礎から整理して理解し、店舗運営の効率化・コスト削減など運営戦略に関する基本を理解する		
到達目標	店舗の業務が理解できる 店舗の業務を説明・効率化を考えることができる 店舗展開の戦略を立てることができる		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	ストアオペレーションⅠ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中澤　拓也	実務経験	○
実務内容	理学療法士として船橋整形外科で７年、足立慶友整形外科で４年弱の勤務をしながらスポーツウェアとケガの関係性に着目。その経験を活かし、スポーツウェアアドバイザーとして独立してスーパースポーツヴィクトリアサンシャインシティ池袋店にて１年弱、スポーツショップにて身体機能に合わせた商品選択をする重要性を伝達する経験を元に、店舗運営に必要な知識を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標
2	マーケティング①	小売業のマーケティング 顧客満足の経営
3	マーケティング②	商圏の設定と出店
4	マーケティング③	リジョーナルプロモーションについて 顧客指向型の売場づくり
5	ケーススタディ①	出店を想定したケーススタディ
6	ケーススタディ②	発表

各回の展開		
回数	単元	内容
7	マーチャンダイジング①	商品について学ぶ、マーチャンダイジングの基本、商品計画の基本
8		
9	マーチャンダイジング②	販売計画、仕入計画、仕入業務、棚割とディスプレイの基本、物流の基本、価格設定
10		
11	マーチャンダイジング③	在庫管理・ＰＯＳシステム
12	小売業の類型	流通における小売業の基本、組織形態別小売業の基本、店舗形態別小売業の基本的役割、商業集積の基本
13		
14		
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	購買行動心理学		
必修選択	選択	（学則表記）	購買行動心理学		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	１からの消費者行動		出版社	碩学舎	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	人々がモノを購入したりサービスを利用したりするに至る購買行動についての理論を学習する
到達目標	購買行動の理論について理解できる なぜ人は購買行動に至るのか説明できる
評価基準	テスト/レポート：６０％　授業態度：２０％　提出物：２０％
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者
関連資格	なし
関連科目	なし
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員		実務経験	
実務内容	

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	イントロダクション	授業の流れ、目的、到達目標について。テキストの構成と流れについて
2	知覚/学習	消費行動をとるとき製品やそれに関連する情報を「知覚」する４つのプロセスについて学ぶ 学習行動のうち「レスポンデント条件付け」「オペラント条件付け」「観察学習」について学ぶ
3	記憶/態度	短期記憶が長期記憶になるメカニズムやノスタルジーについて学ぶ 態度に影響を与える関与を理解した上で、態度や態度モデルについて学ぶ
4	意思決定	消費者がどのように消費について意思決定しているかをとらえる
5	復習①	第１部　個人としての消費者についての復習・確認
6	セグメンテーション	市場のセグメンテーションで使える軸について考える
7	コミュニケーション	発信源効果とメッセージ効果を理解し、その使い分けのために精緻化見込みモデルについて学ぶ
8	店頭マーケティング	私たちが普段どのように買い物をしているのかを学ぶ
9	復習②	第２部　個人消費者へのマーケティングについての復習・確認

各回の展開		
回数	単元	内容
10	アイデンティティ	アイデンティティと消費の関係、自己を作り上げる様々な側面ついて学ぶ
11	家族/集団	家族の購買意思決定のあり方、消費者としての子供の社会化について学ぶ 消費者行動の中でも他者の影響について準拠集団、オピニオンリーダー、クチコミなどについて学ぶ
12	ステイタス	集団内での規範とその中での個性の発揮や集団間での競争意識など社会集団の中での意識について学ぶ
13	サブカルチャー/文化	サブカルチャーの代表例マイクロカルチャーとエスニシティについて学ぶ 文化と消費、聖なる消費と俗なる消費、儀式としての消費について学ぶ
14	復習③	第３部　社会的存在としての消費者
15	総まとめ	授業の振り返りと総まとめを実施

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	健康づくりの基礎科学Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	健康づくりの基礎科学Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	これからの健康とスポーツの科学		出版社	講談社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	運動する人たちを増やし、魅力・説得力のあるアドバイスを身につけるために健康づくりに必要な運動の知識、基本的な指導を理解する		
到達目標	運動をすることでの効果を学びつつ、健康維持・増進には運動だけではなく、バランスのとれた食事と栄養が欠かせないことを知る。また、スポーツや運動を実施する上で正しい知識を身に付け、ストレスなど生活環境と共存してゆく術を理解した上で、ショップにおける接客に活かせる知識を獲得する。		
評価基準	テスト／小テスト：60%　授業態度：20%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	健康づくりの基礎科学Ⅱ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	大久保　寛之	実務経験	○
実務内容	大学院などの研究経験を活かし、大手フィットネスクラブなどで講義を実施。身体の各部位の適応反応の把握知識を元に、健康づくりに必要な運動の知識を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション／健康を推進するための生活スタイルとは	本授業の目的・意義・今後の流れを説明 日本人は健康といえるのか／食生活（BMIの計算方法および判定基準）
2	健康を推進するための生活スタイルとは	飲酒と喫煙／休養のとりかた／健康を脅かすものから身を守る 環境と健康／日本人のライフスタイル
3	運動習慣は生活習慣病を予防・改善し、寿命を延ばすことができるか？	運動不足が生活習慣病を招く 高血圧、糖尿病、高脂血症（脂質異常症）とライフスタイル
4		三大死因とライフスタイル／運動習慣と死亡率の関連性 健康づくりのための身体活動基準および運動指針
5	肥満はどのようにして起こり、どのように評価するのか	からだは何からできているのか？ 肥満とはどんな状態なのか？
6		体脂肪には大切な役割がある／肥満はどのようにして起こるのか？ 肥満を評価するための方法（「身体運動の基礎科学Ⅱ」身体組成復習含む）

各回の展開		
回数	単元	内容
7	肥満を改善するための方法	安静時エネルギー代謝を高める
8		運動と肥満の関係／食事と運動と肥満の関係
9	力強さや爆発的なパワーは何が違うのか？	力やパワーを発揮する骨格筋とは？／筋線維はなぜ収縮するのか？／筋線維収縮のエネルギー源 加齢に伴い、力やパワーはなぜ低下するのか？
10	筋量を増加させ、筋力と筋パワーを高める方法とは？	筋力や筋パワーを生み出すメカニズム トレーニングのメカニズム
11		
12	高い持久力は何によって決まるのか？	有酸素的なエネルギー供給機構 糖や脂肪の代謝
13		酸素摂取からみた持久力 エネルギー代謝からみた持久力
14	あなたにもできるフル・マラソン完走のスタミナづくり	42.195kmで使われるエネルギー／マラソンは女性に適している まずはフル・マラソンを無事ゴールするトレーニング／「サブフォー」を目指すランナーのトレーニング
15	まとめ	前期内容の振り返り

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	健康づくりの基礎科学Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	健康づくりの基礎科学Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	これからの健康とスポーツの科学		出版社	講談社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	運動する人たちを増やし、魅力・説得力のあるアドバイスを身につけるために健康づくりに必要な運動の知識、基本的な指導を理解する		
到達目標	運動をすることでの効果を学びつつ、健康維持・増進には運動だけではなく、バランスのとれた食事と栄養が欠かせないことを知る。また、スポーツや運動を実施する上で正しい知識を身に付け、ストレスなど生活環境と共存してゆく術を理解した上で、ショップにおける接客に活かせる知識を獲得する。		
評価基準	テスト／小テスト：60％　授業態度：20％　提出物：20％		
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	健康づくりの基礎科学Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	大久保　寛之	実務経験	○
実務内容	大学院などの研究経験を活かし、大手フィットネスクラブなどで講義を実施。身体の各部位の適応反応の把握知識を元に、健康づくりに必要な運動の知識を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	「健康づくりの基礎科学Ⅰ」振返り 身体機能はどこまで改善できるか？	「健康づくりの基礎科学Ⅰ」振り返り 速く走る能力／重いものを挙上する能力
2	どのような運動をすると骨が強くなるか？	骨は折れない？／骨の機能（役割）と構造／骨強度の評価／骨の代謝
3		なぜ運動は骨を強くするのか？－骨と力学的荷重ー／骨を強くする運動とは？ いつ運動する？－加齢と骨塩量の変化との関係ー
4	加齢による筋委縮に対する運動と栄養摂取の役割	加齢による筋委縮と身体障害（サルコペニアとは） サルコペニアに対する栄養素の役割
5		高齢者における運動処方 運動とサプリメントの組み合わせによってサルコペニアを防げるか？
6	子どもの体力・運動能力を改善する方法とは	子どもの体力・運動能力をどのように考えるか？
7		
8	いろいろな環境下で安全に運動を行う方法とは	猛暑での運動（暑熱環境）／寒い環境での運動（寒冷環境） 山地などでの運動（高所環境）

各回の展開		
回数	単元	内容
9	動作の巧みさを科学する	スポーツ科学でいう「スキル」／脳とスキル スキルに関係する反射／練習効果の生理学的メカニズム
10		うまくなるにはどう練習すればよいか？ 各動作のスキル／スキルは遺伝か環境か？
11	ストレスと運動	運動はストレス解消に役立つか？ なぜ運動はストレスに対して効果的なのか？
12		運動の負の側面 どのような生活をすればストレスに強くなれるのか？
13	栄養とスポーツ	五大栄養素の役割 エネルギーや栄養素の摂取量
14		バランスのよい食事 アスリートにおけるスポーツ栄養の意義
15	まとめ	まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ヘルスケアビジネス概論Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	ヘルスケアビジネス概論Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	健康ビジネスの動向とからくりがよ～くわかる本		出版社	秀和システム	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	健康の維持や増進のための取り組みや健康管理に関わるヘルスケア業界における動向やその事業内容などについて理解を深める。
到達目標	ヘルスケアビジネスの全体における、食・癒・教育・測定機器などあらゆる分野で、老若男女問わず展開される健康ビジネスを理解する。
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	ヘルスケアビジネス概論Ⅱ
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	渡邉　和人
実務経験	○
実務内容	スポーツジムでインストラクターとして２０年勤務をした経験を元にヘルスケア業界における動向やその事業内容等について教授する。

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について、ブレインストーミング
2	第1章業界の最新トレンド	健康増進施設における健康経営の普及における取り組み
3		リラクゼーション業界のニーズと健康食品業界の構造
4		予防医療としてのフィットネス業界の在り方と問題点
5		注目される家庭用フィットネス機器と代替医療
6		メンタルヘルス不調に対するプログラムや健康志向商品開発
7	第2章業界の仕組みと特徴	健康ビジネスが発展した経緯と新たな制度で広がりをみせるビジネスチャンス
8		リラクゼーション・医療・フィットネス業界の施設数の推移から読み取る顧客のニーズ
9		健康食品業界における商品流通ルートと周囲を取り巻くメンタルヘルスケアの種類

各回の展開		
回数	単元	内容
10	第3章健康ビジネスの市場とゆくえ	フィットネス業界の現状と今後期待される可能性
11		医療業界とリラクゼーション業界に求められる役割と構造
12		家庭用フィットネス機器から広がる関連市場の動向と傾向
13	試験対策	これまで学んだ授業内容の復習・補足
14	テスト	各章から出題された問題にて、テストを実施する
15	総まとめ	テストの振り返りと前期の総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	ヘルスケアビジネス概論Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	ヘルスケアビジネス概論Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	健康ビジネスの動向とからくりがよ～くわかる本		出版社	秀和システム	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	健康の維持や増進のための取り組みや健康管理に関わるヘルスケア業界における動向やその事業内容などについて理解を深める。
到達目標	ヘルスケアビジネスの全体における、食・癒・教育・測定機器などあらゆる分野で、老若男女問わず展開される健康ビジネスを理解する。
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	ヘルスケアビジネス概論Ⅰ
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	渡邉　和人
実務経験	○
実務内容	スポーツジムでインストラクターとして２０年勤務をした経験を元にヘルスケア業界における動向やその事業内容等について教授する。

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開		
回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について、グループワーク
2	第4章健康ビジネスを支える企業の動向	在宅医療や機能性食品企業のビジネス戦略事例
3		大手フィットネスクラブ企業が取り組んでいるビジネス戦略事例の紹介①
4		大手フィットネスクラブ企業が取り組んでいるビジネス戦略事例の紹介②
5		健康食品販売企業におけるビジネス戦略事例
6		家庭用・医療用健康機器開発企業のビジネス戦略事例
7		健康管理サービスのビジネス戦略事例と介護業界におけるフランチャイズ展開
8	第5章健康ビジネスの要諦と実態	健康食品ビジネスの要諦①
9		健康食品ビジネスの要諦②

各回の展開		
回数	単元	内容
10	第6章健康ビジネスの要諦と実態	リラクゼーション業界の要諦①
11		リラクゼーション業界の要諦②
12		顧客の信頼度を高めるための商品・サービスの付加価値
13		消費者動向の理解と集客上の問題点
14	テスト	各章から出題された問題にて、テストを実施する
15	総まとめ	テストの振り返りと前期の総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツプロモーションⅠ		
必修選択	選択	（学則表記）	スポーツプロモーションⅠ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	生涯スポーツ実践論　改訂4版		出版社	市村出版	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	スポーツの普及・促進・発展させていくことを意味するスポーツプロモーションについて、生涯スポーツという観点から日本の各種スポーツ政策・施策を実例を通して学習する。
到達目標	スポーツの普及・促進・発展に関わる人材の重要性を理解し、地域を基盤としたスポーツプロモーションの理論や各種政策・施策の実例から日本の現状を理解する。
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　提出物：20%
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	スポーツプロモーションⅡ、スポーツツーリズム、スポーツマネジメント
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	三宅　智之
実務経験	○
実務内容	プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社でファンマーケティング、スポンサーマーケティングに従事した経験を元に、プロモーションに必要な知識習得を教授する。

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション/生涯スポーツとは	オリエンテーション 1. 生涯スポーツの歴史と定義、2. 生涯スポーツの伝統と文化
2	1.　生涯スポーツ社会を目指して	3. 日本の生涯スポーツ政策の課題
3	2. 世界の生涯スポーツ政策	1. ヨーロッパの生涯スポーツ、2. 北米の生涯スポーツ、4. ヨーロッパ諸国のスポーツクラブ事情
4		3. アジア・オセアニアの生涯スポーツ
5	レポート	各国のスポーツ文化と日本のスポーツ文化の違い
6	3. 日本の生涯スポーツ・レジャー振興の現状	2.　野外レクリエーションのマネジメント、3. 野外レジャー・レクリエーションのニュートレンド
7		4. 海洋レクリエーションのマーケティングとニュートレンド
8	4. 生涯スポーツとビジネス	1. 生涯スポーツのビジネス化
9		2. 生涯スポーツのマーケティング

各回の展開		
回数	単元	内容
10	4. 生涯スポーツとビジネス	3. 生涯スポーツイベントとスポンサーシップ
11		4. 生涯スポーツとプロスポーツ
12	5. 生涯スポーツとヘルスプロモーション	1. ヘルスプロモーションと政策、2. 健康づくりのマネジメント
13		3. 地域における健康づくり事業の計画
14		
15		

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツプロモーションⅡ		
必修選択	選択	（学則表記）	スポーツプロモーションⅡ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	生涯スポーツ実践論　改訂4版		出版社	市村出版	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツの普及・促進・発展させていくことを意味するスポーツプロモーションについて、生涯スポーツという観点から日本の各種スポーツ政策・施策を実例を通して学習する。		
到達目標	スポーツの普及・促進・発展に関わる人材の重要性を理解し、地域を基盤としたスポーツプロモーションの理論や各種政策・施策の実例から日本の現状を理解する。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	スポーツプロモーションI、スポーツツーリズム、スポーツマネジメント		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	三宅　智之	実務経験	○
実務内容	プラスクラス・スポーツ・インキュベーション株式会社でファンマーケティング、スポンサーマーケティングに従事した経験を元に、プロモーションに必要な知識習得を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	6. 地域社会と生涯スポーツイベント	1.　生涯スポーツイベントの動向 2.地域活性化とスポーツイベント
2		3.　地域レジャースポーツイベントの振興 4. スポーツイベントとツーリズム
3	7. 生涯スポーツ指導者とボランティア	1. 日本の生涯スポーツ指導者と社会的制度 2.生涯スポーツ指導者の資格マーケット
4		3.　スポーツボランティア育成の現状と課題 4.生涯スポーツイベントとスポーツボランティアマネジメント
5	8. 青少年のスポーツ参加	青少年とスポーツのあり方
6	9. 高齢者のスポーツ参加	高齢者とスポーツのあり方
7	10. 障がい者のスポーツ参加	障がい者とスポーツのあり方
8	11. 生涯スポーツとニュースポーツ	生涯スポーツとニュースポーツ
9	12. スポーツクラブの現状と課題	統合型地域スポーツクラブ

各回の展開		
回数	単元	内容
10	13. スポーツクラブの運営	民間フィットネスクラブと地域密着型スポーツクラブ
11	15. スポーツ施設	スポーツ施設の現状
12	生涯スポーツの事業企画	企画：
13		企画： 発表準備：
14		発表：
15	レポート	まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	イベントプロデュース実践Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	イベントプロデュース実践Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	基礎から学ぶ、基礎からわかるイベント		出版社	一般社団法人日本イベント産業振興協会	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	１年次のイベントプログラムを基に関連業界における具体的なイベント企画を実践的観点から理解を深めて具体的に学外でのイベント企画、運営を実践する。		
到達目標	イベントの企画立案から準備、当日の運営までを実践し、イベントの一連の流れを理解する。 イベントアワードへの出展に向けて、実施した取り組みをプレゼンテーションする力を身につける。		
評価基準	発表：50%　授業態度：30%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	イベントプロデュース実践Ⅱ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、イベントの企画立案、準備、当日の運営等、イベントの一連の流れを教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション 第1章 イベントの概念と全体像	授業の目的やねらい、授業の流れ、到達目標を理解する 第1節　イベントの概念と分類
2		第3節　メディアとしてのイベント
3	第2章 イベントの企画と計画	第4節　イベントの企画 第5節　イベントの計画
4		
5	第3章 イベントの制作推進	第9節　イベントのプログラム制作
6	第4章 イベントの運営とマネジメント	第14節　これからのイベントマネジメント 第15節　ユニバーサルイベント
7	JACEイベントアワード	JACEイベントアワードの説明 ※JACEイベントアワードの発表タイミングに合わせて単元時期を移動
8	オリエンテーション	後期に企画するイベントの説明。 ※主催者やイベントの制作タイミングに合わせて単元時期を移動

各回の展開		
回数	単元	内容
9	イベントプランニング	課題設定 アイデア出し
10		企画立案：第6節　イベント企画書とプレゼンテーション
11		
12		プレゼンテーション（中間発表）
13		企画の修正
14		プレゼンテーション
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	イベントプロデュース実践Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	イベントプロデュース実践Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	基礎から学ぶ、基礎からわかるイベント		出版社	一般社団法人日本イベント産業振興協会	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	１年次のイベントプログラムを基に関連業界における具体的なイベント企画を実践的観点から理解を深めて具体的に学外でのイベント企画、運営を実践する。		
到達目標	イベントの企画立案から準備、当日の運営までを実践し、イベントの一連の流れを理解する。 イベントアワードへの出展に向けて、実施した取り組みをプレゼンテーションする力を身につける。		
評価基準	発表：50%　授業態度：30%　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	イベントプロデュース実践Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	中川　敬介	実務経験	○
実務内容	スポーツメーカーのナイキジャパンで１６年間、店頭販促、広告広報、イベント、チームや選手の販促などのマーケティング職を担当し売り上げ向上とブランディングに貢献。現在は若手起業家のブランドの広報や販売促進をサポートをした経験を元に、イベント企画、運営を実践的に行い教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標の確認
2	イベント当日に向けた準備	当日の運営方法の検討・作成 役割の検討・作成 当日タイムスケジュールの検討・作成 集客方法の検討・実施 想定されるリスクと対応方法の検討 司会台本の作成 リハーサルなど
3		
4		
5		
6		
7	イベント当日に向けた準備	
8		

各回の展開		
回数	単元	内容
9	イベントの実施と振り返り	イベントを実施し、振り返りを行う
10		
11		
12	イベントアワードへのエントリー	イベントアワードエントリーシートを作成する 画像の選定 動画の編集
13		
14		
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	クラブマネジメント実践Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	クラブマネジメント実践Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	スポーツビジネス最強の教科書　第二版		出版社	東洋経済新報社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	日本のプロスポーツのリーグ構造や球団の収支、オペレーションを理解すると共に、クラブ経営に必要な基礎知識を学習する。		
到達目標	日本における「野球」「サッカー」を中心にそれぞれのリーグ構造、クラブマネジメントの違いを理解する。 クラブマネジメントに必要な資金の調達手段と各球団の取り組み事例を理解する。 身近なプロスポーツ球団の実態を理解する。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	クラブマネジメント実践Ⅱ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	佐藤　智也	実務経験	○
実務内容	NECスポーツビジネス推進部にてNECレッドロケッツのホームゲーム担当としてホームゲームの企画、運営、演出等の推進管理を担当した経験を元に、各スポーツのクラブマネジメントに必要な資金の調達手段と各球団の取り組み内容を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	スポーツビジネスのトリプルミッション	スポーツビジネスを進める上で達成すべき「勝利」「普及」「資金」
3	第5章　サッカー	Jリーグの理念・百年構想と国内サッカーの育成・普及
4		Jリーグの収益規模とJ1,J2,J3の収益規模
5		親企業型クラブと地域型クラブ
6		Jクラブにおける選手の育成とクラブへの効果
7		Jクラブチームの課題と展望

各回の展開		
回数	単元	内容
8	第6章　バスケットボールとラグビー	Bリーグの成り立ち
9	第4章　野球	プロ野球の歩みと野球を取り巻くビジネス環境
10		プロ野球球団の収支と経営状況
11		各プロ野球球団の取り組み
12		プロ野球球団の課題と展望
13	第6章　バスケットボールとラグビー	ジャパンラグビーリーグワンの成り立ち
14		バレーボール、ハンドボール
15	総まとめ	レポート

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	クラブマネジメント実践Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	クラブマネジメント実践Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	スポーツビジネス最強の教科書　第二版		出版社	東洋経済新報社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	日本のプロスポーツのリーグ構造や球団の収支、オペレーションを理解すると共に、クラブ経営に必要な基礎知識を学習する。		
到達目標	日本と欧米のリーグ構造、クラブマネジメントの違いを理解する。 クラブマネジメントに必要な資金の調達手段と各球団の取り組み事例を理解する。 身近なプロスポーツ球団の実態を理解する。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	クラブマネジメント実践Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	佐藤　智也	実務経験	○
実務内容	NECスポーツビジネス推進部にてNECレッドロケッツのホームゲーム担当としてホームゲームの企画、運営、演出等の推進管理を担当した経験を元に、各スポーツのクラブマネジメントに必要な資金の調達手段と各球団の取り組み内容を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	前期の振り返り
2	第1～3章　欧米のスポーツビジネス	アメリカの4大リーグとMLS
3		ヨーロッパのサッカーリーグとクラブ
4		欧米のリーグ構造の特徴と諸外国のリーグ
5	ゲストスピーカー	プロスポーツマネジメントのリアル

各回の展開		
回数	単元	内容
6	プロスポーツクラブの収益	入場料について
7		グッズについて
8		ファンクラブについて
9		スポンサーについて
10		その他の収益について（スクール、放映権料など）
11		収支構造（支出項目）
12	クラブチーム強化に向けた提案	クラブチーム強化の課題と機会
13		クラブチーム強化施策の検討
14		プレゼンテーション：クラブチーム強化案
15	総まとめ	全授業の振り返り（テスト）

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツツーリズムⅠ		
必修選択	選択	（学則表記）	スポーツツーリズムⅠ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	実践スポーツツーリズム：組織運営・事業開発・人材育成		出版社	学芸出版社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	国も基本方針を掲げて取り組むスポーツツーリズムについての理解を深め、スポーツに関わる新たなビジネス、環境を創出するために学習する。		
到達目標	スポーツツーリズムについて理解し、各地域で行われている事例を学ぶ。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	スポーツツーリズムⅡ イベントプロデュース、スポーツマネジメント		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	平野　綾子	実務経験	○
実務内容	回復期リハビリテーション病院、整形外科クリニック、訪問リハビリ等の現場で理学療法士として16年勤務をした経験を基に、スポーツツーリズムの魅力や必要な知識習得を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション スポーツツーリズムについて	本授業の目的・意義・授業の進め方を説明 1. ニューノーマル時代のスポーツツーリズム
2	1. スポーツツーリズム概論	2. スポーツツーリズムに必要な３つのマネジメント スポーツマネジメント、パークマネジメント、デスティネーションマネジメント
3		3. スポーツツーリストの消費行動 スポーツツーリズムとツーリズムスポーツ、スポーツツーリストの消費行動
4		4. 地域資源を活用したスポーツツーリズム 都市、地方、距離に応じたそれぞれの地域資源の活用
5	2. スポーツイベント概論	1. スポーツイベントによる地域活性化 地域活性化の定義とイベントレバレッジ戦略
6		2. スポーツイベントのマーケティング① スポーツイベントの分類と特徴
7		2. スポーツイベントのマーケティング② スポーツイベントのマーケティングプラン
8		3. ステークホルダーマネジメント ステークホルダーの特定とニーズの理解

各回の展開		
回数	単元	内容
9	2. スポーツイベント概論	4. スポーツイベントの経済的インパクト、5. スポーツイベントの社会的効果 経済効果、社会資本の蓄積、地域の連帯性向上、イメージ向上
10		
11	スポーツイベント企画	課題設定：地域を活性化させるための課題を設定する
12		企画立案：課題解決につながるスポーツイベントの企画を考える
13		企画立案：課題解決につながるスポーツイベントの企画を考える 発表準備：プレゼンテーションの準備（必要に応じて資料作成、台本作成、説明の練習）
14		発表・フィードバック：グループごとに発表。発表に対いて、学生同士でフィードバックをしていく
15	テスト・振り返り	テストの振り返り、前期の振り返りを行い、後期のスポーツツーリズムⅡに繋げる

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツツーリズムⅡ		
必修選択	選択	（学則表記）	スポーツツーリズムⅡ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	実践スポーツツーリズム：組織運営・事業開発・人材育成		出版社	学芸出版社	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	国も基本方針を掲げて取り組むスポーツツーリズムについての理解を深め、スポーツに関わる新たなビジネス、環境を創出するために学習する
到達目標	スポーツツーリズムⅠを基に、各地域で行われている事例を学び、企画・提案を作成する
評価基準	発表／レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	スポーツツーリズムⅠ イベントプロデュース、スポーツマネジメント
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	平野　綾子
実務経験	○
実務内容	回復期リハビリテーション病院、整形外科クリニック、訪問リハビリ等の現場で理学療法士として16年勤務をした経験を基に、スポーツツーリズムの魅力や必要な知識習得を教授する。

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	本授業の目的・意義・授業の進め方を説明 前期のおさらい
2	3. スポーツツーリズムの推進組織と資金	1. スポーツツーリズムを推進する組織 スポーツコミッション
3		2. スポーツツーリズムを推進する資金、3.スポーツコミッションの新たな資金獲得方法 行政予算、民間からの収入、ふるさと納税
4	4. スポーツツーリズムの事業開発	1. 地域資源の棚卸 自然観光資源、都市型スポーツ資源、文化的資源
5		2. 国内外に向けた地域スポーツコミッションによるアクション スポーツ合宿誘致、スポーツイベント・大会誘致、アクティビティ開発
6		3. スポーツを活かしたエリアマネジメント① スタジアム・アリーナに必要な5つの視点
7		3. スポーツを活かしたエリアマネジメント② 地域共創の核となるスタジアム・アリーナ
8		4. スポーツと地域ブランディング 地域アイデンティティ×スポーツの相乗効果
9	スポーツツーリズムの事業企画	課題設定：地域を活性化させるための課題を設定する

各回の展開		
回数	単元	内容
10	スポーツツーリズムの事業企画	企画立案：課題解決につながるスポーツツーリズムの企画を考える
11		企画立案：課題解決につながるスポーツツーリズムの企画を考える 発表準備：プレゼンテーションの準備（必要に応じて資料作成、台本作成、説明の練習）
12		発表・フィードバック：グループごとに発表。発表に対いて、学生同士でフィードバックをしていく
13	5．スポーツツーリズムの担い手	2．アスリートを活かした人材の開発・育成
14		1．スポーツツーリズムを担う人材の確保、3．観光領域の取り組みからみる人材開発・育成
15	レポート	これからの日本のスポーツツーリズムについて

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	スポーツメディア論		
必修選択	選択	（学則表記）	スポーツメディア論		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	スポーツビジネス最強の教科書　第二版		出版社	東洋経済新報社	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	スポーツを取り扱う様々なメディア（媒体）についてその特徴や業態などの基礎知識を学習し、スポーツ団体におけるメディアを活用した情報戦略などの理解を深める		
到達目標	オリンピック、パラリンピック、ワールドカップなど、メディアによって劇的に演出されるスポーツに注目しながら、プロセス論、テクスト論、激変するメディア空間における権力の位相を捉える。		
評価基準	テスト/レポート：60%　授業態度：20%　　提出物：20%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	プロモーション実践		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員		実務経験	
実務内容			

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標について
2	メディアによるスポーツの表現 テレビ	オリンピックとFIFAワールドカップの放映権
3		日本国内におけるスポーツ中継とスポーツ報道の現状
4		技術の進歩による映像コンテンツの変化
5	メディアによるスポーツの表現 インターネット	ネット映像メディア
6		インターネットとSNS
7	メディアによるスポーツの表現 新聞・雑誌	日本のスポーツにおける野球の普及と新聞　甲子園野球の発展
8	メディアによるスポーツの表現 メディア導線	スポーツにおけるメディアのつながり
9	スポーツのメディア価値	放送権ビジネスとスポーツイベント　オリンピック、W杯　　主にロス五輪以降

各回の展開		
回数	単元	内容
10	スポーツによるメディアの活用 デジタルマーケティング	PESOモデルの解説（Paid, Earned, Shared, Owned）
11		ペイドメディア、アーンドメディアの活用
12		シェアードメディアの活用
13		オウンドメディアの活用
14		デジタルマーケティングの実践
15	総まとめ	総まとめ

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	実技	科目名	eスポーツ実践Ⅰ		
必修選択	選択	（学則表記）	eスポーツ実践Ⅰ		
開講				単位数	時間数
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	1	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	eスポーツの種目を理解し、体験することでそれぞれのゲームの魅力や特性を理解する		
到達目標	主にeスポーツ市場内においてキャリア方向としてプロeスポーツ選手・ストリーマーを目指す上で必要な技術と共に、一般的な人材マネジメントについても学び、チームマネージャー等プレイヤーを支える事もできる人材となる		
評価基準	テスト：30%　レポート：30%　実践：40%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	山田　康生	実務経験	○
実務内容	プロeスポーツチームで新規事業開発を４年携わった経験を基に、eスポーツの種目についてそれぞれのゲームの魅力や特性を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	講義の内容説明・趣旨説明・スケジュール説明
2	eスポーツ市場基礎①	eスポーツ市場の基礎(協議対応ジャンル)について学ぶ。
3	eスポーツ市場基礎②	eスポーツ市場の基礎(プロeスポーツチーム運営)について学ぶ。
4	eスポーツ市場基礎③	eスポーツ市場の基礎(ストリーマー)について学ぶ。
5	eスポーツ実践①	実際のeスポーツタイトル(FPS)に触れながら学ぶ。
6	eスポーツ実践②	実際のeスポーツタイトル(TPS)に触れながら学ぶ。
7	eスポーツ実践③	実際のeスポーツタイトル(MOBA)に触れながら学ぶ。
8	eスポーツ実践④	実際のeスポーツタイトル(格闘ゲーム等)に触れながら学ぶ。
9	プロ選手メンタル	プロeスポーツ選手としてのメンタル面のあり方について、 フィジカルスポーツのプロ選手を参考に学ぶ。

各回の展開		
回数	単元	内容
10	eスポーツ実践⑤	実際のeスポーツタイトル(任意選択)に触れながら学ぶ。
11	eスポーツ実践⑥	実際のeスポーツタイトル(任意選択)に触れながら学ぶ。
12	eスポーツ実践⑦	実際のeスポーツタイトル(任意選択)に触れながら学ぶ。
13	実践まとめ	eスポーツ実践のまとめを行います。
14	テスト	テストを実施する
15	総まとめ	テストの振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	実技	科目名	eスポーツ実践Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	eスポーツ実践Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	1	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	eスポーツの種目を理解し、体験することでそれぞれのゲームの魅力や特性を理解する		
到達目標	主にeスポーツ市場内においてキャリア方向としてプロeスポーツ選手・ストリーマーを目指す上で必要な技術と共に、一般的な人材マネジメントについても学び、チームマネージャー等プレイヤーを支える事もできる人材となる		
評価基準	テスト：30%　レポート：30%　実践：40%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	山田　康生	実務経験	○
実務内容	プロeスポーツチームで新規事業開発を４年携わった経験を基に、eスポーツの種目についてそれぞれのゲームの魅力や特性を教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	講義の内容説明・趣旨説明・スケジュール説明
2	eスポーツ市場基礎①	eスポーツ市場の基礎(ストリーマー)について学ぶ。
3	配信基礎	eスポーツのストリーマー活動に必要な基礎知識について学ぶ。
4	配信実践①	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
5	配信実践②	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
6	配信実践③	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
7	配信実践④	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
8	配信応用	eスポーツのストリーマー活動に必要な応用知識について学ぶ。
9	配信実践⑤	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。

各回の展開		
回数	単元	内容
10	配信実践⑥	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
11	配信実践⑦	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
12	配信実践⑧	実際のeスポーツタイトルに触れながら配信活動について学ぶ。
13	実践まとめ	eスポーツ実践のまとめを行います。
14	テスト	テストを実施する
15	総まとめ	テストの振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	eスポーツイベントプロデュースⅠ		
必修選択	選択	（学則表記）	eスポーツイベントプロデュースⅠ		
開講				単位数	時間数
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	eスポーツ業界のマーケットを知り、ビジネスを展開するためのマーケティングやプロモーションを 学ぶことで、イベントの企画・運営までを学び立案する		
到達目標	主にeスポーツ市場内においてキャリア方向として eスポーツイベント運営を目指す上で必要な技術と共に、 イベント企画・立案に必要な意識も学んで頂き、 総合的なイベントプロデュースをできる人材の育成を目指す。		
評価基準	テスト：40%　レポート：60%		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	山田　康生	実務経験	○
実務内容	プロeスポーツチームで新規事業開発を４年携わった経験を基に、eスポーツのイベント運営事業の基礎知識について教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	講義の内容説明・趣旨説明・スケジュール説明
2	eスポーツ市場基礎①	eスポーツ市場の基礎(全体市場動向)について学ぶ。
3	eスポーツ市場基礎②	eスポーツ市場の基礎(マーケティング面市場動向)について学ぶ。
4	eスポーツ市場基礎③	eスポーツ市場の基礎(興行面市場動向)について学ぶ。
5	eスポーツイベント企画基礎①	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(プロデュース)について学ぶ。
6	eスポーツイベント企画基礎②	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(マネジメント)について学ぶ。
7	eスポーツイベント企画基礎③	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(スポンサーセールス)について学ぶ。
8	eスポーツイベント企画実践①	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（プロット作成）

各回の展開		
回数	単元	内容
9	eスポーツイベント企画実践②	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（全体構成）
10	eスポーツイベント企画実践③	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（全体構成）
11	eスポーツイベント企画実践④	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（スポンサーセールス作成）
12	eスポーツイベント企画実践⑤	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（企画書完成）
13	実践まとめ	eスポーツイベント企画実践のまとめを行います。
14	テスト	テストを実施する
15	総まとめ	テストの振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	講義	科目名	eスポーツイベントプロデュースⅡ		
必修選択	選択	（学則表記）	eスポーツイベントプロデュースⅡ		
開講				単位数	時間数
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	eスポーツ業界のマーケットを知り、ビジネスを展開するためのマーケティングやプロモーションを 学ぶことで、イベントの企画・運営までを学び立案する		
到達目標	主にeスポーツ市場内においてキャリア方向として eスポーツイベント運営を目指す上で必要な技術と共に、 イベント企画・立案に必要な意識も学んで頂き、 総合的なイベントプロデュースをできる人材の育成を目指す。		
評価基準	テスト：30％　実践：70％		
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者		
関連資格	なし		
関連科目	なし		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	山田　康生	実務経験	○
実務内容	プロeスポーツチームで新規事業開発を４年携わった経験を基に、eスポーツのイベント運営事業の基礎知識について教授する。		

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	講義の内容説明・趣旨説明・スケジュール説明
2	eスポーツ市場基礎①	eスポーツ市場の基礎(全体市場動向)について学ぶ。
3	eスポーツ市場基礎②	eスポーツ市場の基礎(マーケティング面市場動向)について学ぶ。
4	eスポーツ市場基礎③	eスポーツ市場の基礎(興行面市場動向)について学ぶ。
5	eスポーツイベント企画基礎①	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(プロデュース)について学ぶ。
6	eスポーツイベント企画基礎②	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(マネジメント)について学ぶ。
7	eスポーツイベント企画基礎③	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(スポンサーセールス)について学ぶ。
8	eスポーツイベント企画実践①	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（プロット作成）

各回の展開		
回数	単元	内容
9	eスポーツイベント企画実践②	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（全体構成）
10	eスポーツイベント企画実践③	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（全体構成）
11	eスポーツイベント企画実践④	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（スポンサーセールス作成）
12	eスポーツイベント企画実践⑤	実際にeスポーツイベントをグループで企画して頂きます。（企画書完成）
13	実践まとめ	eスポーツイベント企画実践のまとめを行います。
14	テスト	テストを実施する
15	総まとめ	テストの振り返りと総まとめを行う

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	実習	科目名	インターンシップ実習Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	インターンシップ実習Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	2	75
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	関連する企業・団体の協力を得て施設やイベントの運営に関わる業務を中心にこれまでの学びを統合してアプトプットして新たな学習課題を得るために実践的経験を積む
到達目標	実習先で求められるものに応える過程で自身の強みや課題を理解することができる。 課題を自ら見つけ、チャレンジを通して克服することができる。 組織の一員として現場で求められるスキルを理解することができる。
評価基準	実習評価：５０％　学校評価：５０％（実習手帳評価）
認定条件	出席が総時間数の3分の2以上ある者 成績評価が2以上の者
関連資格	なし
関連科目	なし
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	上田　佳奈
実務経験	
実務内容	

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	企業研究	希望職種、過去実績を基に実習企業を調べる
2	実習先の決定	企業側の承諾をもって決定
3	事前ガイダンス	実習活動中の留意点の確認、実習手帳の使用についての説明 企業、実習生間により事前打合せの指示
4	実習	実習時間は２２時までとする
5	実習	実習時間は２２時までとする
6	実習	実習時間は２２時までとする
7	実習	実習時間は２２時までとする
8	実習	実習時間は２２時までとする

各回の展開		
回数	単元	内容
9	実習	実習時間は２２時までとする
10	実習	実習時間は２２時までとする
11	実習	実習時間は２２時までとする
12	実習	実習時間は２２時までとする
13	実習	実習時間は２２時までとする
14	実習	実習時間は２２時までとする
15	実習	実習時間は２２時までとする

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	演習	科目名	サービスラーニング演習Ⅱ		
必修選択	選択	（学則表記）	サービスラーニング演習Ⅱ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	4	60
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②			
授業のねらい	ボランティア・メンバーとイベント主催者との「かけはし」となる存在を目指す		
到達目標	サービスラーニングの定義・目的を理解した上でスポーツボランティアに参加できる。 スポーツボランティアで主体的に行動し、イベント主催者側の立場を理解できる。		
評価基準	スポーツボランティア規定時間到達（50%）、事前事後課題及び報告書の提出（50%）		
認定条件	出席が規定時間数に達している者		
関連資格	日本財団ボランティアセンター認定　スポーツボランティア・リーダー研修(入門編)		
関連科目	サービスラーニング演習Ⅰ		
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。		
担当教員	上田　佳奈	実務経験	
実務内容			

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	スポーツボランティア事前学習	スポーツボランティアの定義・意義の理解 スポーツボランティア参加の必要性
2	スポーツボランティア参加	実際にボランティアへ参加する（大会引率・運営協力など）
3	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
4	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
5	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
6	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
7	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
8	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
9	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）

各回の展開		
回数	単元	内容
10	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
11	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
12	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
13	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
14	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）
15	スポーツボランティア事後学習	実施報告書と活動証明書を作成し提出 活動報告会の実施（グループディスカッションなどを通して発表）

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	演習	科目名	総合演習Ⅲ		
必修選択	選択	（学則表記）	総合演習Ⅲ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	15
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	これまでの学びを総合的かつ多角的に捉え、学内行事の企画や運営に関わり、行事（イベント）づくりの基礎を学ぶことを目的とする。
到達目標	行事の企画から運営までを理解することができる。 行事に関わる関係各所とコミュニケーションを円滑に取り、物事を形にする力を養う。 ICTリテラシーを高め、ICTを活用した提案ができる。
評価基準	提出物の提出状況：30%　実践：50%（中間発表、当日）　・授業態度：20%
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者
関連資格	なし
関連科目	総合演習Ⅳ
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	具嶋　慧	実務経験	
実務内容	

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	目的、方向性の確認
2	イベント運営の理解①	対面で実施するイベント企画を理解する（好事例とメリットなど）と注意すべき事項
3	イベント運営の理解②	オンラインを活用したイベント企画を理解する（好事例とポイントの理解）と注意すべき事項
4	企画立案①	行事への理解 企画の検討／作成
5	企画立案②	役割分担 ・リーダー選出 企画の検討／作成
6	企画立案③	企画の検討／作成
7	企画立案/運営準備①	企画の確定 運営に向けて準備内容を検討
8	運営準備②	運営に向けて準備内容を検討

各回の展開		
回数	単元	内容
9	企画準備①	企画に向けた資料や作成物の準備
10	企画準備②	企画に向けた資料や作成物の準備
11	企画準備③	企画に向けた資料や作成物の準備
12	企画準備④	企画に向けた資料や作成物の準備
13	最終リハーサル	リハーサルの実施、必要に応じて修正
14	当日実施	当日実施
15	まとめ	振り返りとフィードバック 後期に向けての目標設定

シラバス

科目の基礎情報①					
授業形態	演習	科目名	総合演習Ⅳ		
必修選択	選択	（学則表記）	総合演習Ⅳ		
開講				単位数	時間数
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	1	15
使用教材	なし		出版社	なし	

科目の基礎情報②	
授業のねらい	これまでの学びを総合的かつ多角的に捉え、学内行事の企画や運営に関わり、行事（イベント）づくりの基礎を学ぶことを目的とする。
到達目標	行事の企画から運営までを理解することができる。 行事に関わる関係各所とコミュニケーションを円滑に取り、物事を形にする力を養う。 ICTリテラシーを高め、ICTを活用した提案ができる。
評価基準	提出物の提出状況：30%　実践：50%（中間発表、当日）　・授業態度：20%
認定条件	出席が総時間数の３分の２以上ある者 成績評価が２以上の者
関連資格	なし
関連科目	総合演習Ⅳ
備考	原則、この科目は対面授業形式にて実施する。
担当教員	具嶋　慧　　実務経験
実務内容	

習熟状況などにより授業の展開が変わることがあります

各回の展開

回数	単元	内容
1	オリエンテーション	授業の流れ、到達目標の確認 実施する行事の理解と過年度の取り組みや成果の把握
2	イベント当日に向けた準備	当日の運営方法の検討・作成 役割の検討・作成 当日タイムスケジュールの検討・作成 集客方法の検討・実施 想定されるリスクと対応方法の検討 司会台本の作成 リハーサルなど
3		
4		
5		
6		
7		

各回の展開		
回数	単元	内容
8	イベント当日に向けた準備	当日の運営方法の検討・作成 役割の検討・作成 当日タイムスケジュールの検討・作成 集客方法の検討・実施 想定されるリスクと対応方法の検討 司会台本の作成 リハーサルなど
9		
10		
11		
12	イベントの実施と振り返り	イベントを実施し、振り返りを行う
13		
14		
15	総まとめ	総まとめ