

# 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年次	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な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					
関連科目	スポーツマーケティングケーススタディ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	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基に、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。				

習熟状況等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		ファンマーケティング・集客力の向上
9	クラブチームのマーケティング	スタジアム・アリーナ内のマーケティング
10		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年次	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な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					
関連科目	スポーツマーケティングケーススタディ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	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基に、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。				

習熟状況等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		スポンサーシップの活用
6	企業のスポーツマーケティング	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

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	演習	科目名	トレンドエクササイズ演習Ⅲ		
必修選択	選択	(学則表記)	トレンドエクササイズ演習Ⅲ		
		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	1年次に学んだ、マシントレーニング、基礎的なフリーウェ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ェ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					
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	角館沙矢佳	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基に、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、知識のアウトプット方法を教授する。				

習熟状況等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

7	トレーニングにおける B i g 3 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		B i g 3 指導実践のまとめ
14		総まとめ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	演習	科目名	トレンドエクササイズ演習Ⅳ		
必修選択	選択	(学則表記)	トレンドエクササイズ演習Ⅳ		
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	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、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					
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	角館沙矢佳	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基に、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、知識のアウトプット方法を教授する。				

習熟状況等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

7		T R Xやクロスコア、V i P R、ケトルベル等を用いたエクササイズのパログラム作成と指導①
8	ファンクショナルトレーニングのパログラム作成と指導	T R Xやクロスコア、V i P R、ケトルベル等を用いたエクササイズのパログラム作成と指導②
9		T R Xやクロスコア、V i P R、ケトルベル等を用いたエクササイズのパログラム作成と指導③
10		ハイ・インテンシティ・トレーニング (HIIT) のパ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) のパログラム作成と指導②	
12	セルフ・コンディショニングのパ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パ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パ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年次	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	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、ライフワークバランスを明確にし、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	前向きに就職活動に取り組むマインドセットとスキル獲得 内定獲得者は未獲得者のフォローをし、それを通じて、より業界の理解を深める。 また就職活動だけでなく、未来につながるインターンシップを実施し、学んだことをクラスメイトや後輩に伝える力を養っている。				
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					
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	ポリバレンタ株式会社でスポーツマネジメントを主として4年間のエージェンタ業で得た経験を基に、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。				

習熟状況等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	目標の再確認、再設定	入学時に設定した目標（なりたい自分）を再確認し、目標に対しての達成度合いを明確にする。 その上で再度、卒業までの目標と前期の目標を設定する。
2	就職活動の概要	今からできる就職活動の内容について復習する。
3	成功事例共有と就活対策①	プレゼンテーションの手法を再確認し、内定獲得者による事例紹介を実施する。
4	成功事例共有と就活対策②	
5	成功事例共有と就活対策③	
6	成功事例共有と就活対策④	
7	成功事例共有と就活対策⑤	
8	より深い業界研究①	業界のビジネスモデルの理解を深める。

9	より深い業界研究②	新卒サイトではなく、転職サイトを閲覧し、業界の求める能力を理解する。
10	より深い業界研究③	自分が働きたい（働く）業種に求められる能力を再確認する。
11	キャリアアップのための長期休み計画①	長期休みを活用したキャリアアップの方法や、経験しておきたいことについて説明する。
12	キャリアアップのための長期休み計画②	
13	キャリアアップのための長期休み計画③	
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年次	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	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、ライフワークバランスを明確にし、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。 30歳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					
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	ポリバレンタ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基に、社会人に必要なビジネススキルを教授する。				

習熟状況等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	目標の再確認、再設定	入学時に設定した目標（なりたい自分）を再確認する。その目標に対しての達成度合いを確認する。 残り半期での前向きな目標を再設定する。
2	理想の30歳を描く①	30歳の理想の自分を描く。仕事だけでなく、家庭や交友関係、ライフスタイルなど具体的に考える。 それらの内容をまとめ、発表する。
3	理想の30歳を描く②	
4	人生とファイナンス	これまでの人生でかかってきたお金を計算し、今後の人生で必要になる現実的な費用を理解する。
5	成果と給与	資本主義社会で給与が上がる方法を理解する。その上で仕事で成果を作る重要性について解説する。
6	成果を出すための考え方	成果を出すために各企業やそこで働いている人が実施していることについて理解し、自分が働く会社での応用例を考える。
7	成果を出すための視点	社会に出て成果を出せるプロフェッショナル人材となるために、普段からどのようなことに気をつけるのかを理解する。

8	人生設計のヒアリング①	両親や祖父母、兄弟（姉妹）など身近な人に人生設計とその結果（過程）についてヒアリングする。 ヒアリングした内容を共有する。
9	人生設計のヒアリング②	
10	社会人として生きていく。	学生と社会人との違いを明確にし、社会人になるにあたって必要なスキルやマインドを学ぶ。
11	新しい生活の始め方①☒	社会人として働く際に必要な費用と時間を洗い出し、新生活のイメージをする。
12	新しい生活の始め方②	
13	理想の30歳を描く③	理想を現実にするために、リアリティのある数字で30歳の自分を描く。
14	理想の自分に近づく	社会人になっても使えるキャリアアップの考え方を学ぶ。
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つける				
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					
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					

習熟状況等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

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	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					
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	単位数	1
時間数					15
使用教材	モチベーション・マネジメントエントリーコース 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3分の2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					
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	高橋 絵美	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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？	モチベーション・マネジメントの趣旨理解(モチベーションジャンプ)
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、モチベーション・マネジメント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)

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、モチベーション・マネジメント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	演習	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	Illustratorを用いた、より高度な画像制作の仕方を学ぶ。 CapCutを用いて、現場で完結できる動画制作の仕方を学ぶ。 Excelを用いたデータ分析のやり方を学ぶ。				
到達目標	Illustratorの基本的なツールの使い方、画像制作ができる。 CapCutの基本的な使い方、動画制作ができる。 Excelを用いたデータ分析におけるシート作成・分析ができる。				
評価基準	制作物：70%、レポート：20%、授業態度：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	アプリケーション演習Ⅳ、スポーツデザイン実践Ⅰ、スポーツデザイン実践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	河合美幸	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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 Illustrator基礎Ⅰ	○授業に関するガイダンス ○Illustratorについて知ろう！（起動と終了、操作画面、基本操作）
2	Illustrator基礎Ⅱ	イラストを描こう
3	Illustrator基礎Ⅲ	ロゴをつくろう
4	Illustrator基礎Ⅳ	地図を作ろう
5	Illustrator基礎Ⅴ	ポストカードをつくろう

6	Illustrator基礎VI	SNSのヘッダー画像をつくろう
7	Excelデータ分析 I	ダミーデータを用いた分析・課題発見を提案する
8	Excelデータ分析 II	ダミーデータを用いた分析・課題発見を提案する
9	動画制作基礎 I	CapCutを用いた動画編集のやり方
10	動画制作基礎 II	CapCutを用いた動画編集のやり方
11	動画制作実践	宣伝を目的としたショートムービーを作ってみよう
12		
13		
14		
15	動画制作実践 プレゼンテーション	宣伝を目的としたショートムービーを作ってみよう の発表

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	演習	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	STUDIOを用いた、ノーコードでのWEBサイト制作の仕方を学ぶ。 1年間の総まとめとして、プロモーションにまつわるクリエイティブの制作を行う。				
到達目標	STUDIOの基本的なツールを扱うことができる。 ノーコードでのWEBサイト制作・ページ更新ができる。 スポーツビジネスにおけるクリエイティブ制作・プレゼンテーションができる。				
評価基準	総合課題：60%、制作物：30%、授業態度：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	アプリケーション演習Ⅲ、スポーツデザイン実践Ⅰ、スポーツデザイン実践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	河合美幸	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	ノーコードサイト制作ツール講座	STUDIOの使い方、登録方法、チュートリアル
2	WEBサイト制作基礎Ⅰ	STUDIOでのWEBサイト制作基礎を実施
3	WEBサイト制作基礎Ⅱ	STUDIOでのWEBサイト制作基礎を実施
4	WEBサイト制作基礎Ⅲ	STUDIOでのWEBサイト制作基礎を実施
5	WEBサイト制作基礎Ⅳ	STUDIOでのWEBサイト制作基礎を実施

6	WEBサイト更新 I	STUDIOで記事を投稿する／見やすい文章の見せ方について
7	WEBサイト更新 II	STUDIOで記事を投稿する／見やすい文章の見せ方について
8	総合課題	チームごとに 新店舗立ち上げに対するHP・SNS・PR動画の制作演習
9		
10		
11		
12		
13		
14	総合課題 プレゼンテーション	総合課題のプレゼンテーションを実施
15	総合課題 プレゼンテーション まとめ	総合課題のプレゼンテーションを実施 総まとめの実施

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	演習	科目名	スポーツクラブ演習Ⅰ			
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツクラブ演習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	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や指定管理施設での働き方について、実際の現場での課題解決を通じてマネジメント、プランニング、マーケティング、プロモーションなど運営に必要な知識とスキルを学ぶ。				
到達目標	・フィットネスクラブや指定管理施設の運営に必要な基礎知識とスキルを習得する				
評価基準	プレゼンテーション：50% 授業態度：20% 提出物：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	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					
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	小松真太郎	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	授業の進め方、授業評価について
2	課題提示①	授業の進め方の説明 課題を提示する 例)「お客様の満足度を向上させるジムエリアでのサービスを提案してください」
3	グループセッション	グループ設定、グループルールの設定 課題の設定、学習計画を立てる
4	グループセッション	知識の習得
5	グループセッション	知識の習得 提案内容検討
6	グループセッション	提案内容検討 プレゼンテーション準備
7	成果発表	プレゼンテーション フィードバック
8	グループセッション	ふりかえり

9	課題提示②	課題を提示する 例)「お客様の満足度を向上させるサービスを提案してください」
10	グループセッション	グループ設定 課題の設定
11	グループセッション	調査 知識の習得
12	グループセッション	知識の習得 提案内容検討
13	グループセッション	提案内容検討 プレゼンテーション準備
14	成果発表	プレゼンテーション フィードバック
15	グループセッション	ふりかえり

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	演習	科目名	スポーツクラブ演習Ⅱ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツクラブ演習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	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や指定管理施設での働き方について、実際の現場での課題解決を通じてマネジメント、プランニング、マーケティング、プロモーションなど運営に必要な知識とスキルを学ぶ。				
到達目標	・フィットネスクラブや指定管理施設における課題をグループで発見・分析し、効果的な解決策を提案できる。				
評価基準	プレゼンテーション：50% 授業態度：20% 提出物：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	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	スポーツクラブ演習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	小松真太郎	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	前期のふりかえり	確認テスト オリエンテーション
2	知識の習得	フィットネス産業の現状 フィットネス業界の歴史
3	知識の習得	フィットネス産業の特徴 健康施策の概要と動向
4	課題の設定	課題を提示する グループ設定、グループルールの設定、学習計画を立てる
5	グループセッション	グループ学習 知識の習得
6	グループセッション	グループ学習 知識の習得
7	グループセッション	仮説の設定 調査方法の検討
8	中間発表	計画の進捗状況について発表、質疑応答、フィードバック 計画の再検討
9	グループセッション	仮説の検証

10	グループセッション	仮説の検証
11	グループセッション	課題解決案の作成
12	グループセッション	プレゼンテーション準備
13	グループセッション	プレゼンテーション準備
14	成果発表	プレゼンテーション、質疑応答 フィードバック
15	グループセッション	ふりかえり

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	講義	科目名	スポーツデザイン実践Ⅰ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツデザイン実践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	3	45
使用教材	1枚デザインの構図とレイアウト デザインの学校これからはじめるIllustratorの本		出版社	パイインターナショナル 技術評論社	

## 科目の基礎情報②

授業のねらい	Illustratorを用いたさまざまなクリエイティブを制作する。 デザインノウハウを学び、オリジナル作品として名刺やポスター、バナー画像を制作する。 自分以外のデザインを鑑賞し、意見を言語化する。				
到達目標	Illustratorを用いたオリジナル作品を制作することができる。 各制作物の知識やノウハウを活かした作品を制作することができる。 視覚的な表現を、自分なりに言語化できるようになる。				
評価基準	制作物：60%、レポート：30%、授業態度：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	アプリケーション演習Ⅲ、アプリケーション演習Ⅳ、スポーツデザイン実践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	藤本恵里花	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	授業ガイダンス デザインの比較・言語化Ⅰ	授業に関するガイダンス あるテーマに対し複数のデザインを見て、自分なりに良いと思うものとその理由を考える
2	デザインの比較・言語化Ⅱ	あるテーマに対し複数のデザインを見て、自分なりに良いと思うものとその理由を考える
3	オリジナル名刺制作 ガイダンス オリジナル名刺制作	○(おさらい) デザインの四大原則 ○名刺とは？/制作ガイダンス ○自分専用の名刺を作る
4		
5		

6	オリジナル名刺制作 レビュー	学生同士の名刺デザインを鑑賞し、デザイン観点をもったレビューを行う
7	ポスターデザイン知識	印刷関連の制作物について/レイアウトのコツや実例紹介など
8	ポスターデザイン制作	架空テーマでのチラシ・ポスターデザイン制作
9		
10		
11		
12	バナーデザイン知識Ⅰ	レイアウトのコツ/文字の見せ方/グルーピング/人物写真を使う時の配置/その他テクニック)
13	バナーデザイン知識Ⅱ	レイアウトのコツ/文字の見せ方/グルーピング/人物写真を使う時の配置/その他テクニック)
14	バナーデザイン制作	架空テーマでのバナーデザイン制作
15		

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	講義	科目名	スポーツデザイン実践Ⅱ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツデザイン実践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	3	45
使用教材	1枚デザインの構図とレイアウト デザインの学校これからはじめるIllustratorの本		出版社	パイインターナショナル 技術評論社	

## 科目の基礎情報②

授業のねらい	文字のデザインについてのノウハウやセオリーを学び、実践する。 ロゴデザインについてのノウハウやセオリーを学び、制作をする。 1年間のまとめとして、テーマに沿ったクリエイティブを制作する。				
到達目標	タイポグラフィについての知識を習得し、実際に操作することができる。 ロゴデザインについての知識を習得し、自分なりのロゴを制作することができる。 様々なクリエイティブのノウハウを活かし、1テーマに対してのクリエイティブができる。				
評価基準	総合課題：40%、制作物：40%、レポート：10%、授業態度：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	アプリケーション演習Ⅲ、アプリケーション演習Ⅳ、スポーツデザイン実践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	藤本恵里花	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	タイポグラフィ知識	○文字に関するキーワード/読ませる文字(5つのルール) ○魅せる文字(フォントの選び方、メリハリ、あしらい)
2	タイポグラフィ実践	「タイポグラフィ知識」で得たノウハウを実際に操作してみる
3	ロゴデザイン知識	○ロゴデザインの種類やスタイル ○この形、どんなイメージ?
4	ロゴデザイン制作Ⅰ	「自分を表すシンボルマーク」を作ってみよう!

5		
6	ロゴデザイン制作Ⅱ	複数のテーマから1つ選んで、そのテーマに沿ったロゴデザインを制作しよう！
7		
8	ロゴデザイン制作Ⅱ レビュー	
9		テーマに沿ったロゴ・広告用バナー・ポスター制作
10		
11	総合制作	
12		
13		
14	総合制作 プレゼンテーション	総合制作のプレゼンテーションを実施
15	総合制作 プレゼンテーション まとめ	総合制作のプレゼンテーションを実施 1年間のまとめ

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	演習	科目名	スポーツギア演習Ⅰ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツギア演習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	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	スポーツギア演習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	鈴木みな	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	シューズの機能	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	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機能について学ぶ
7	ゴルフ用品①	ゴルフ用品の構造について学ぶ
8	ゴルフ用品②	ゴルフの歴史、市場動向、ゴルフのルールについて学ぶ
9	ゴルフ用品メンテナンス	ゴルフ用品の基本的なメンテナンスについて学ぶ

10	キャンプ用品	キャンプ用品の基本的な構造について学ぶ
11	キャンプ用品メンテナンス	キャンプ用品の基本的なメンテナンスについて学ぶ
12	トレッキング用品	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	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	マリン用品とメンテナンス	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	演習	科目名	スポーツギア演習Ⅱ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツギア演習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	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					
関連科目	スポーツギア演習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	鈴木みな	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	サッカーシューズとメンテナンス	サッカーシューズの種類、メンテナンスについて学ぶ
2	野球用品	野球用具の種類や構造について学ぶ
3	野球用品メンテナンス	野球のグローブ、シューズメンテナンスを行う
4	テニス・バドミントン用品	テニス・バドミンントンの基本的な構造について学ぶ
5	テニス・バドミントン用品メンテナンス	テニス・バドミンントンのメンテナンスを学ぶ
6		
7	卓球用品とメンテナンス	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
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・スノーボード用品	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・スノーボード用品メンテナンス ①	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・スノーボード用品メンテナンス ②	スキーのメンテナンスを行う
14	スキー・スノーボード用品メンテナンス ③	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	演習	科目名	商品開発演習Ⅰ			
必修選択	選択	(学則表記)	商品開発演習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	コレが欲しかった！と言われる「商品企画」のきほん		出版社	翔泳社		

## 科目の基礎情報②

授業のねらい	スポーツ用品(シューズ、ウェア、道具等)、スポーツショップで取り扱う商品がどのような過程を経て商品化され店頭で並ぶことができるのか、商品の企画から開発までのプロセスを学ぶ。				
到達目標	メーカーや商品企画担当者がどのような視点から商品化するための企画をおこなっていくかプロセスを理解し、最終的に企画立案、企画書作成、プレゼンテーションできるようになる。				
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					
関連科目	商品開発演習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	本間靖之	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	教材を使用した授業の進め方について	商品企画のパターン、ステップ、全体像等、概要を伝える
3	目的と目標を確認する	商品企画の目的、商品企画の目標とは
4	目的と目標を確認する	目的、目標を書いてみる 関係者を把握する
5	テーマを設定する	自社の強み、弱みから検討する
6	テーマを設定する	SWOT分析の準備①、②
7	テーマを設定する	SWOT分析の流れ、技法、具体例を学ぶ
8	誰に売るかを考える	顧客の絞り込み、セグメンテーション、顧客ストーリーを組み立てる
9	誰に売るかを考える	顧客の絞り込み、セグメンテーション、顧客ストーリーを組み立てる

10	テーマ・コンセプトを設定する	軸を作り作成過程で設定がブレないようにする。
11		
12	デザイン・プレゼン作成	イラストレーターでTシャツのデザイン・パワーポイント等でプレゼンの作成
13		
14	クラス発表会①	各チームのTシャツのデザイン・プレゼンの資料を発表する
15	クラス発表会②	発表会のフィードバックを参考に修正・再発表

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	演習	科目名	商品開発演習Ⅱ		
必修選択	選択	(学則表記)	商品開発演習Ⅱ		
開講					
年次	2年	学科	スポーツビジネス科	単位数	2
時間数	30				
使用教材	コレが欲しかった！と言われる「商品企画」のきほん		出版社	翔泳社	

## 科目の基礎情報②

授業のねらい	スポーツ用品(シューズ、ウェア、道具等)、スポーツショップで取り扱う商品がどのような過程を経て商品化され店頭に出ることができるのか、商品の企画から開発までのプロセスを学ぶ。				
到達目標	メーカーや商品企画担当者がどのような視点から商品化するための企画をおこなっていくかプロセスを理解し、最終的に企画立案、企画書作成、プレゼンテーションできるようになる。				
評価基準	テスト/レポート: 80% 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					
関連科目	商品開発演習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	本間靖之	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	売り方を考える	商品企画と売り方の関係を知る 価格戦略(1)
3	売り方を考える	商品企画と売り方の関係を知る 価格戦略(2)
4	売り方を考える	商品企画と売り方の関係を知る 流通戦略(1)
5	売り方を考える	商品企画と売り方の関係を知る 流通戦略(2)
6	SDGsを学ぶ①	SDGsの歴史について深掘りする
7	SDGsを学ぶ②	アパレル企業のSDGsを知る
8	商品の企画立案	学んできたことを踏まえ企画立案する
9		

10	発表	企画立案したものをプレゼンテーションする
11		
12	企業連携	企業やチームとコラボレーションし商品化提案
13		
14	発表	企画立案したものをプレゼンテーションする
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	演習	科目名	業界アパレルトレンドⅠ		
必修選択	選択	(学則表記)	業界アパレルトレンド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	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	スポーツアパレル業界のトレンドやブランドへの理解を深め、ブランド戦略におけるビジネスを学ぶ				
到達目標	テンドの掴み方、取り入れ方を身につける ブランドにおける主要な出来事を紹介することができる グローバルのローカル戦略について理解できる VMDの戦略に沿ってマネキンをコーディネートすることができる				
評価基準	テスト：40% 授業態度：30% 提出物：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					
関連科目	業界アパレルトレンド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				実務経験	
実務内容					

習熟状況等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	自己紹介、授業の流れについて
2	ブランドビジネスⅠ	ブランドビジネスとは
3	ブランドビジネスⅡ	グローバルブランドのローカル戦略について
4	トレンドⅠ	アパレルトレンドについて
5	トレンドⅡ	スポーツアパレルトレンドについて
6	トレンドⅢ	ブランドビジネスとモノづくりについて
7	ブランドへの理解を深めるⅠ	ブランドの歴史について①
8	ブランドへの理解を深めるⅡ	ブランドの歴史について②、会社紹介

9	VMD I	VMDの基礎、ポイント、ローカライズ
10	VMD II	コーディネート提案について / マネキンの作り方について
11	テスト	テストを実施する
12	VMD 実技	実店舗にてマネキンをコーディネート
13		
14		
15	振り返り	半期振り返りを行う

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	演習	科目名	業界アパレルトレンドⅡ		
必修選択	選択	(学則表記)	業界アパレルトレンド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	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	前期の座学で学んだトレンドやブランドビジネスをストアビジネスという観点から学び、理解する				
到達目標	サービスについての理解を深める 店舗の業務を理解する				
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					
関連科目	業界アパレルトレンド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				実務経験	
実務内容					

習熟状況等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	ストアビジネス	ディスカッション「マテリアルサービスとは」
3	ストアビジネス	ディスカッション「パーソナルサービスとは」
4	ストアビジネス	ディスカッション「集客を増やすには」
5	サービス	サービスとカスタマーロイヤリティ

6		
7		
8		
9		
10	実務体験	店舗業務を理解し、サービスを実際に体感、提供する
11		
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	演習	科目名	スポーツメーカープロモーション演習Ⅰ				
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツメーカープロモーション演習Ⅰ				
開講							
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	単位数	2	時間数	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・ショップ・チームが商品を購入・選択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					
関連科目	スポーツメーカープロモーション演習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	本間靖之	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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		マインドシェアの実例
5		集客ステップ

6		インターネットによる販売促進
7		ディスプレイ広告、ソーシャルメディア広告
8	インターネットによる販売促進	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
9		SNS、HPの運用
10		
11	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
12		
13	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 SWOT分析を用いたターゲティング
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	演習	科目名	スポーツメーカープロモーション演習Ⅱ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツメーカープロモーション演習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	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・ショップ・チームが商品を購入・選択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					
関連科目	スポーツメーカープロモーション演習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	本間靖之	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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	販売促進のプランニング	競合店、商圈、スタッフ、戦略的マネジメント
3		
4		
5	イベント立案	イベント計画と実施
6		
7	直接的な販売活動	販売時直接型①
8		販売時直接型②
9		販売時直接型③

10	新規顧客	新規顧客に向けた媒体活用方法
11	既存顧客	既存顧客に向けた媒体活用方法
12	販売促進のプランニング	<p>スポーツショップ1社を題材に、3C分析 → STP分析 → 4P（マーケティングミックス）を実施。 最終的に、学んだ内容を発表（プレゼン）できる状態にする。 「顧客目線」と「販売者目線」を意識したプロモーション戦略を考える力を養う。</p>
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	演習	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年次	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					
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				実務経験	
実務内容					

習熟状況等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

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	演習	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年次	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					
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				実務経験	
実務内容					

習熟状況等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
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		
10	マーチャндаイジグ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
11	マーチャндаイジグ③	在庫管理・POSシステム
12		
13	小売業の種類	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
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年次	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					
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基に、プロモーションに必要な知識習得を教授する。				

習熟状況等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
10		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		
14		3. 地域における健康づくり事業の計画
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年次	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					
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基に、プロモーションに必要な知識習得を教授する。				

習熟状況等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

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	演習	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					
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	単位数	2
時間数					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					
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基に、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。				

習熟状況等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	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	イベントの概念と全体像	第3節 メディアとしてのイベント
3	第2章	第4節 イベントの企画
4	イベントの企画と計画	第5節 イベントの計画
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

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	演習	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年次	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					
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基に、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。				

習熟状況等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		
8		

9		
10	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
11		
12		
13	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
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	演習	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					
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	単位数	2
時間数	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					
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	祖父江知明	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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
8	第6章 バasketボールとラグビー	Bリーグの成り立ち

9		プロ野球の歩みと野球を取り巻くビジネス環境
10	第4章 野球	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		ジャパンラグビーリーグワンの成り立ち
14	第6章 バスケットボールとラグビー	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	演習	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年次	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					
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	祖父江知明		実務経験		
実務内容					

習熟状況等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

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	演習	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年次	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	実戦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、環境を創出する知識を身に着ける。				
到達目標	・スポーツツーリズム、ヘルス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体験を通して学ぶ				
評価基準	レポート：70% 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					
関連科目	スポーツマーケティングケーススタディⅠ・Ⅱ スポーツプロモーションⅠ・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		実務経験			
実務内容					

習熟状況等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 地域資源を生かしたスポーツツーリズム
2	体験①	地域資源を生かしたスポーツを体験する
3		
4	講義	ニューノーマル時代のスポーツツーリズム
5	体験②	地域資源を生かしたスポーツを体験する
6		
7	講義	スポーツツーリズムに必要な3つのマネジメント
8	グループワーク	体験①②のふりかえりとして「スポーツマネジメント」「パークマネジメント」「ディステイネーションマネジメント」の3つの観点からスポーツ資源の造成についてグループワークを行う。

9		
10	体験③	地域資源を生かしたスポーツを体験する
11	講義	スポーツイベントによる地域活性化 スポーツイベントのマーケティング
12		
13	体験④	地域資源を生かしたスポーツを体験する
14	講義	スポーツイベントの社会的効果：ウェルビーイング
15	テスト・ふりかえり	前期の体験をふりかえり、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	演習	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年次	学科	スポーツビジネス科	2	30
使用教材	実戦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、環境を創出する知識を身につける。				
到達目標	<ul style="list-style-type: none"> <li>・スポーツツーリズム、ヘルス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体験を通して学ぶ</li> <li>・地域資源を活用した、スポーツイベントを企画立案し運営する</li> </ul>				
評価基準	レポート：70% 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					
関連科目	スポーツマーケティングケーススタディⅠ・Ⅱ スポーツプロモーションⅠ・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				実務経験	
実務内容					

習熟状況等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 地域資源の棚卸
2	体験⑤	地域資源を生かしたスポーツを体験する
3		
4	講義	スポーツを活かしたエリアマネジメント
5	体験⑥	地域資源を生かしたスポーツを体験する
6		
7	講義	スポーツと地域ブランディング

8	スポーツツーリズムの事業企画	調査：地域活性化につながるスポーツイベントを企画するため、地域資源を調査する
9		企画立案：スポーツツーリズムの企画を考える
10		企画立案：スポーツツーリズムの企画を考える 集客：集客方法を考え、実行する
11		事前準備：実施に向けた準備を行う
12		実施：グループごとに発表
13		
14	ふりかえり	取り組み状況についてふりかえりを行う
15	レポート作成	これまでの体験をふりかえり、得た知識や経験を確認する

# 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年次	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、テキスト論、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					
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					

習熟状況等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

10		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	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	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	演習	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					
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	単位数	2
時間数					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出来る人材の育成を目指す。				
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					
関連科目					
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					

習熟状況等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。
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	演習	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	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出来る人材の育成を目指す。				
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					
関連科目					
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					

習熟状況等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。
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	演習	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出来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					
関連科目	eスポーツイベントプロデュース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	山田康生	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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)

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	演習	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出来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					
関連科目	eスポーツイベントプロデュース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	山田康生	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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スポーツイベントプロデュースⅠ振り返り	前期の講義内容の振り返りを行います。 前期に作成した企画書の再確認も併せて実施致します。
3	eスポーツイベント運営基礎①	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(ディレクション)について学ぶ。
4	eスポーツイベント運営基礎②	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(演出)について学ぶ。
5	eスポーツイベント運営基礎③	eスポーツイベント運営事業の基礎知識(テクニカル)について学ぶ。
6	eスポーツイベント運営実践①	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(体制図作製)
7	eスポーツイベント運営実践②	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(セクション整理)
8	eスポーツイベント運営実践③	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(配線図作製)

9	eスポーツイベント運営実践④	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(台本作製)
10	eスポーツイベント運営実践⑤	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(アセット作製)
11	eスポーツイベント運営実践⑥	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(運営体制構築)
12	eスポーツイベント運営実践⑦	実際にeスポーツイベントをグループで運営構築して頂きます。(イベント実施)
13	実践まとめ	eスポーツイベント運営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	スポーツインターン実習Ⅲ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツインターン実習Ⅲ		
開講				単位数	時間数
年次	2年次	学科	スポーツビジネス科	3	96
使用教材	-		出版社	-	

## 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					
関連科目					
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 他	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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

# シラバス

## 科目の基礎情報①

授業形態	実習	科目名	スポーツインターン実習Ⅳ		
必修選択	選択	(学則表記)	スポーツインターン実習Ⅳ		
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	60
使用教材	-		出版社	-	

## 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					
関連科目					
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 他	実務経験			
実務内容					

習熟状況等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