

【科目名】 9. マーケティングとマネジメント		
【期 別】 後期	【区 分】 必修	【種 別】 講義
【単位・コマ数】 2単位・15コマ	【時間数】 22.5	
【主任教員】 ○豊田 正博 (7)		
【分担教員】 宇田 名保美 (2), 浅井志穂 (2), 小浦 誠吾 (2), 福田 久美子 (2)		
【授業のねらい】 園芸療法におけるマーケティングと、園芸療法のマネジメントに必要な力を養う。 授業は大きく、園芸療法マネジメントに関する内容とマーケティングに分かれる。 マーケティングに関する授業では、ディスカッションも行い、実践に必要な創造性と課題解決力を高める。		
(参考) マーケティング: 『ベーシック・マーケティング』の著者E・J・マッカーシーは、マーケティングは顧客から始まるのであって生産過程から始まるのではないとしている。フィリップ・コトラーは、顧客は誰か (Customers), 競争相手は誰か (Competitors), 流通チャネルはどうか (Channels) の3つのCから始め、優先順位とポジショニングを決め、何を (Product), どのような価 (Price), どこで (Place), どのような販売促進 (Promotion) で行うかを組み合わせることがマーケティングであるとしている。		
【日程】	【担当教員】	【授業予定】
1/30 (日) 1-5限	豊田	●園芸療法マネジメント1 ・ 集団対象年間園芸療法プログラム (活動・予算) 立案のスキル ・ マネジメントに必要な知識、集団における健康課題分析、施設環境分析、年間園芸療法計画 (予算計画含む) 立案
2/6 (日) 1-2限	宇田	●園芸療法マーケティング 1 ・ 園芸療法の PR に必要なツールと起業に必要な資源 ① 自ら (園芸療法士) を PR するための SNS 等の活用方法 ② 起業のための基本事項 (補助金利用やクラウドファンディングのような資金調達方法なども含む)
2/6 (日) 3-4限	福田	●園芸療法マーケティング 2 公園における園芸療法を活用した指定管理 (実践事例)
2/6 (日) 5限	豊田	●園芸療法マネジメント 2 集団を対象とした年間園芸療法プログラムの発表 (1)
2/13 (日) 1-2限	浅井	●地域における園芸療法の新たな展開 (事例検討) ① 公営住宅における高齢者・親子への展開 ② リモート園芸療法
2/13 (日) 3-4限	小浦 【予習課題あり】	●園芸療法マーケティング 3 国内外のニーズに即した園芸療法のマーケティング (3)
2/13 (日) 5限	豊田	●園芸療法マネジメント 3 集団を対象とした年間園芸療法プログラムの発表 (2)
【予習課題】	小浦	● https://www.alz.co.uk/research/world-report 日本認知症予防学会 HP ● http://www.caravanmate.com/education/ 全国キャラバン・メイト連絡協議会・キャラバン・メイト養成 HP
【購入図書】	なし	
【参考図書・HP】	「ハイコンセプト」 出版社: 三笠書房 (2006/5/8) ISBN-10: 4837956661 ISBN-13: 978-4837956662 ダニエル・ピンク (著), 大前 研一 (翻訳) http://www.saitama-med.ac.jp/jsms/vol31/02/jsms31_137_146.pdf 「ヒポクラテスの医学教育」 齊藤 博 埼玉医科大学雑誌 第 31 巻 第 2 号 平成 16 年 4 月	
【成績評価の方法】	年間園芸療法計画の立案 (成果物: パワポ, エクセル予算表) ・発表で評価する。	

【受講生への連絡・希望】	なし
--------------	----