

【科目名】 9. マーケティングとマネジメント (通学制7期生 園芸療法マネジメント)		
【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), 公文 敦 (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するか (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】
2/2 (日) 1-5限	豊田	●園芸療法マネジメント1 ・集団を対象とした年間園芸療法プログラム (活動・予算) 立案のためのスキルについて ・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
2/9 (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)
2/9 (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)
2/9 (日) 5限	公文	●園芸療法マーケティング3 地域における園芸療法実践のためのマーケティング (1)
2/16 (日) 1-2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
2/16 (日) 3-4限	小浦 【予習課題あり】	●園芸療法マーケティング4 地域における園芸療法実践のためのマーケティング (2)
2/16 (日) 5限	公文	●園芸療法マーケティング5 地域における園芸療法実践のためのマーケティング (3)
【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	