

【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），松本むつみ（2），森 合音（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）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（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】
1/28（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，年間園芸療法計画（予算計画含む）立案 ●都市公園における新たな園芸療法の展開
2/4（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）
2/4（日）3-4限	福田	●園芸療法マーケティング2 園芸療法を活用したパークマネジメント（実践事例）
2/4（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）
2/11（日）1-2限	松本	●地域における園芸療法の新たな展開（事例検討） ① 地域における居場所作りの展開（法人設立の経験から） ② 地域における居場所作りの展開（地域資源とのつながり）
2/11（日）3-4限	森	●園芸療法マーケティング3 園芸療法のマーケティング・マネジメント 療養環境における芸術（ホスピタルアート） アートディレクターの役割を通じて園芸療法士の可能性を探る 四国こどもとおとなの医療センターでの事例をもとに問題を直視することから始まり、関係者との対話を通じて問題解決から希望へと導いてゆくホスピタルアートディレクターのアートマネジメント手法から新たな園芸療法士のマネジメント手法を見出してゆく
2/11（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】		
【購入図書】		
【参考図書・HP】		
【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	