

國立清華大學教學大綱

【尊重智慧財產權，請使用合法教科書，不得非法影印！】

課程名稱	中文：運動行銷		必/選修	選修
	英文：sport marketing		課程類別	如系專門、輔系、通識等 不清楚不用寫
開課單位	體育學系		開課年級/ 學期(上、下)	二下
學分數	2		上課時數	2(星期一3-4)
先修課程	無			

課程目標：

本課程主要在介紹行銷學的理論、方法與技巧，以及其在運動產業的應用，透過課程解析、討論與個案分析，達到下列主要目標：

- (一) 瞭解行銷學之基本觀念及其在運動行銷上的實務運作
- (二) 培養學生觀察與分析表現能力
- (三) 訓練學生解析運動行銷策略之應用

課程內容：

週次	日期	課程內容	備註
1	02/18	課程介紹	
2	02/25	運動產業發展	
3	03/04	運動行銷特色	
4	03/11	行銷管理企劃	
5	03/18	行銷環境與資訊	
6	03/25	區隔與定位	
7	04/01	產品	
8	04/08	校際活動週	
9	04/15	定價	
10	04/22	期中考	
11	04/29	通路	
12	05/06	促銷	
13	05/13	公共關係	
14	05/20	直接銷售	
15	05/27	促進銷售	
16	06/03	廣告	
17	06/10	行銷報告	
18	06/17	期末考	

教學方式：教師口授為主，學生參與課堂討論，並完成指定作業。

評量方式：(一)出缺席與平時表現 20% (二)期中考 30% (三)期末考 30% (四)平時報告 20%

教科書：

黃 煜 (2008)。運動行銷學。台北：華都文化。

參考書目：

1. Pitts, B. G. & Stotlar, D. K.(1999) *Fundamentals of Sport Marketing*. 鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠 (譯)，運動行銷學。台北：華泰文化事業公司。
2. Stotlar, D. K. (2001). *Developing Successful Sport Marketing Plans*. Morgantown, WV: Fitness Information Technology, Inc. 邱炳坤、王瓊霞(譯) ，運動行銷。台北：五南。
3. Mullin, B. J., Hardy, S. & Sutton, W. (2000, 2nd ed.). Sport marketing. Champaign, IL: Human Kinetics. 程紹同等譯(民 91)，運動行銷學，台北:藝軒圖書。
4. 黃俊英 (2005)，行銷學的世界 (第三版)，台北:天下文化。