

## 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	運動科學系		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	02/13	課程介紹	
2	02/20	運動產業發展	
3	02/27	和平紀念日(彈性)	
4	03/06	運動行銷特色	
5	03/13	行銷管理企劃	
6	03/20	行銷環境與資訊	
7	03/27	區隔與定位	
8	04/03	彈性放假	
9	04/10	期中考	(視進度調整)
10	04/17	產品	
11	04/24	定價	
12	05/01	通路	
13	05/08	促銷	
14	05/15	公共關係	
15	05/22	促進銷售	
16	05/29	運動贊助	
17	06/05	行銷個案報告	
18	06/12	行銷個案報告	

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)出缺席與態度 15% (二)期中考 30% (三)期末考 30% (四)行銷報告 15%  
(五)問題討論/演講心得 10%

\*10:10~10:15 點名，無正當理由遲到記點一次，扣出缺席 1 分；該次上課缺席，扣出缺席 3 分

\*鼓勵同學思考與課前準備，每次有意義之討論記點一次，加發言討論 1 分

教科書：

黃 煜 (2015)。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, 2<sup>nd</sup> 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。