

國立清華大學教學內容及進度計劃表

壹、課程名稱	運動行銷 專題研究	授課年級	體碩二	教師	許建民 71518
貳、教學目標	1.瞭解行銷學之基本觀念及其在運動行銷上的實務運作。 2.培養運動管理人才應具備之行銷理論與知識。 3.探討國內外運動行銷之現況、問題與對策。 4.訓練學生解析行銷策略並應用於行銷計畫之撰寫。				
參、教學內容	一、文獻閱讀評析 二、行銷策略分析 三、行銷企劃方案 四、運動行銷研究計畫				
肆、教材進度	週次	教 學 進 度			
	一	02/22	課程介紹		
	二	02/29	運動產業與行銷的基本概念		
	三	03/07	運動消費者的研究		
	四	03/14	運動消費者行為透視		
	五	03/21	市場區隔化		
	六	03/28	行銷個案與奧運行銷		
	七	04/04	民族掃墓節		
	八	04/11	運動行銷組合：產品運動		
	九	04/18	行銷組合：定價策略		
	十	04/25	運動行銷組合：配銷通路		
	十一	05/02	運動行銷組合：促銷		
	十二	05/09	運動產業的授權及商標		
	十三	05/16	公共關係		
	十四	05/23	運動贊助		
	十五	05/30	議題報告 (一)服務品質 (二)量表編製 (三)市場區隔		
	十六	06/06	議題報告 (四)委外經營 (五)賽事效益 (六)球迷行為		
	十七	06/13	論文實戰		
	十八	06/20	論文實戰		
伍、教學評量	1.出缺席與態度 10% 2.導讀 15% 3.指定閱讀與回應 40% 4.期末報告(六選一) 35% 5.本課程無涉及 AI 使用				
陸、參考書目	自編講義(需自行列印)				

