

# 九十六年東華大學運動休閒行銷學計劃表

科目名稱:運動休閒行銷學

授課教師: 尚憶薇

Tel: (0) 863-5610

Email: iwshang@mail.ndhu.edu.tw

開課班別: 運動與休閒系四年級

授課時間: Mon 13:10 - 16:00

授課時數: 3hr/wk

## 壹 教學目標

1. 瞭解行銷的基本概念。
2. 瞭解運動休閒行銷策略與實務應用。
3. 瞭解運動休閒行銷個案之分析與解決能力。
4. 培養運動休閒行銷的專業知識與專業人員訓練。
5. 瞭解運動休閒行銷的國際未來趨勢。

## 貳 授課方式

教師講述、課堂討論、個案研究、課外閱讀、錄影帶教學

## 參 成績評量方式

1. 缺席與課堂參與- 出缺席(10%); 課堂參與 (10%)
2. 個案討論(5%); 課外閱讀-藍海策略(10%); 作業報告 (45%)。
3. 期中考試 (20%)。

## 肆 課程要求

1. 請準時出席,上課後晚 15 分鐘視為遲到,晚 30 分鐘視為曠課,遲到兩次計曠課一次,曠課三次者缺席與課堂參與為零分。
2. 請依規定時間繳交作業,遲交者作業成績扣兩分。
3. 上課時請關閉電子通訊系統避免影響他人,如有違規者請全班喝飲料。

## 伍 參考書籍

- Kotler, P. & Armstrong, G. (1997) Marketing: An Introduction. 4th. Ed. 張逸民編譯 (1999) 行銷學。台北:華泰文化事業公司。
- 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。
- Morrison, A. M. (1996) Hospitality and Travel Marketing. 2nd. Ed. 王
- Philip Kotler (2004), 張振明譯, 行銷是什麼?, 商周出版。
- 羅威 (2004), 行銷點子王, 愛迪生出版。
- 郭泰 (1993), 企劃案, 遠流出版事業。
- Eric Schulz (2000), 邱恩綺譯, 行銷遊戲—全球頂尖企業如何玩出一片天, 先覺出版。
- Gloria Gilbert、Thomas Mayer (2005), 陳系貞譯, 為什麼小女孩的火柴

賣不掉？究竟出版。

- 伯飛特 (2005)，行銷趨勢學之熱迷行銷，創見文化。
- Frans Johansson (2005)，劉真如譯，梅迪奇效應，商周出版。
- Matt Haig (2005)，高子梅譯，品牌這樣搞就錯了，臉譜出版。
- Bernard J. Mullin、Stephen Hardy、William A. Sutton (2003)，程紹同總校閱，運動行銷學，藝軒圖書。
- 程紹同 (2001)，運動行銷商戰剖析，漢文出版。
- 程紹同 (民92)，運動行銷與贊助研究，台北：師大書苑。(教科書)

英文部份

1. Stotlar, D. K. (2001). Developing successful sport sponsorship plans. Morgantown, WV: FIT, Inc.
2. Jiffer, M. & Roos, M. (1999). Sponsorship: A way of communicating. Sweden: Ekerlids Forlag
3. Stier, Jr., W. (1994). Successful sport fund-raising. Wisconsin: Brown & Benchmark Publishers.

網址部份 <http://www.sponsorship.com>、<http://www.cjism.com>、[www.olympic.org](http://www.olympic.org)、<http://www.academyofmarketing.info/sigsports.cfm>、<http://www.nassm.com>、<http://sportmarketingsig.blogspot.com/>

陸. 課程進度

| 週數 | 日期    | 教學內容                          |
|----|-------|-------------------------------|
| 1  | 02-25 | Introduce syllabus            |
| 2  | 03-03 | 行銷概念/作業報告 I                   |
| 3  | 03-10 | 運動休閒行銷特質/運動休閒行銷管理概論 導論        |
| 4  | 03-17 | 運動休閒行銷管理概論 導論                 |
| 5  | 03-24 | 消費者行為的內涵 /B. O. S Ch1         |
| 6  | 03-31 | 組織市場及購買行為/B. O. S Ch2         |
| 7  | 04-07 | Spring Break                  |
| 8  | 04-14 | 市場區隔與定位訂價概念、制訂價格/B. O. S Ch3  |
| 9  | 04-21 | Mid-term                      |
| 10 | 04-28 | 新產品開發與產品生命週期、產品管理/B. O. S Ch4 |
| 11 | 05-05 | 新產品開發與產品生命週期、產品管理/作業報告 II     |
| 12 | 05-12 | 促銷策略與行銷溝通/B. O. S Ch5         |
| 13 | 05-19 | 促銷策略與行銷溝通/作業報告 III            |
| 14 | 05-26 | 運動贊助/行銷通路管理/B. O. S Ch6       |
| 15 | 06-02 | 透過代言與運動之行銷                    |
| 16 | 06-09 | 公共關係 - Case study discussion  |
| 17 | 06-16 | Final report                  |
| 18 | 06-23 | Final report                  |

### **Assignments**

1. Group profile includes the name of group, the characteristics of group , and group members, make a story for the group. (5%)
2. Develop the new product in sport & recreational activity areas. (10%)

#### **Consumers/Companies**

- Design a product in sport & recreational activity areas
  - What is the product's opportunity?
  - Who need the product?
  - How do you promote the product?
  - Where do you sell the product?
  - others
3. Finding new or creative promotion from newspaper, magazine, multi -media & brochure. Please analysis of strength or weakness of the promotion. (10%)

#### **4. Final Report**

Design a project, including S.W.O.T analysis, 4P, marketing strategies for the Organization. (20%)

- Analysis of its' characteristics
- What are the main purposes of a project?
- What is the anticipation of the project for the organization?
- How do you use segmentation of the project when compare with the similar program?
- Others

### 96年東華大學運動行銷學分組名單

| 組名 | 組長 | 組員 |
|----|----|----|
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |
|    |    |    |