《尊重智慧財產權，請使用正版教科書，勿非法影印書籍及教材，以免侵犯他人著作權》

開課班級: 碩專休運二 **授課老師:** 巫昌陽,陳寬裕,馬上閔 **學分數:** 3

課程大綱:

本課程主要目的介紹休閒行銷管理之最新觀念、程序與理論架構，並討論行銷最新趨勢與主題，如顧客滿意、服務行銷、非營利機構行銷、直接行銷及零售管理與培養學生搜集有關行銷專題資料，提出研究專討及討論解決方法，並訓練學生之表達能力及研究能力。

outline:

This main purpose of course introduces the latest idea and topic, the procedure and theory structure of recreation marketing management, discuss the newest trend of marketing, if customer satisfied serving marketing, non-commercial organization marketing, direct marketing and is it is it relate to train students to collect the thematic materials of marketing to manage to retail, propose studying and demanding and discussing the solution specially, train students' ability to express and research ability.

教學型態:

課堂教學

成績考核方式:

平時成績:30%
期中考:30%
期末考:30%
其它:10%

本科目教學目標:

本系結合運動、休閒、醫療保健、管理及社會等現代科學及實務，培養兼具國際宏觀、理論與實務相互應用之休閒運動管理與健康促進指導專業人才。 碩士班
1.培養高級休閒產業經營管理專業人才。 2.培養高級健康促進與傷害防護專業人才。
3.培養獨立研究與專案管理專業能力。

參考書目:

課程進度表：

週次	起訖月日	授課單元(內容)	備註
第1週	9.12~9.19	課程規範介紹	8日正式上課。8~12日課程加退選，轉學(系)生、復學生及延修生選課，雙主修、輔系申請，12日申辦抵免學分截止日
第2週	9.19~9.26	運動行銷起源、運動行銷現況與未來	
第3週	9.26~10.03	行銷與運動行銷、運動行銷管理模式	28日(日)孔子誕辰紀念日/教師節(放假),29日(一)補假
第4週	10.03~10.10	運動行銷研究目的、種類、方法與步驟	29日成績優異提前畢業者提出申請截止日
第5週	10.10~10.17	資訊意義、運動行銷資訊、運動與資訊科技	6日(一)中秋節(放假)，10日(五)國慶日(放假)
第6週	10.17~10.24	行銷組合、4P、組合間的關係	14日學生宿舍安全輔導暨複合式防災疏散演練。18日多益測驗
第7週	10.24~10.31	何謂產品、分類、產業區隔、產品生命週	24日(五)補假，25日(六)光復暨古寧頭大捷日(放假)。
第8週	10.31~11.07	何謂價格、價格訂定、需求彈性、運動行銷的定價峰法與策略	30日校課程委員會
第9週	11.07~11.14	期中考	3~9日期中考試
第10週	11.14~11.21	何謂配銷通路、產品與服務之差異、通路選擇、密度決定	13日教務會議,16日教師期中成績上網登錄截止日
第11週	11.21~11.28	促銷與運動促銷的定義、溝通過程、促銷計畫	
第12週	11.28~12.05	廣告、公共報導、人員銷售、出版品	24~28體育運動週。24日校園路跑。27日運動大會夜間開幕，28日運動大會活動，29日101週年校慶活動日，照常上班
第13週	12.05~12.12	建立媒體關係、好關係原則、記者會、新聞稿	
第14週	12.12~12.19	意見領袖與代言、運動員代言、運動贊助、奧運會與運動贊助	12日申請停修課程截止日
第15週	12.19~12.26	關係行銷、運動與關係行銷	
第16週	12.26~1.02	分組報告	22日校務會議。25日行憲紀念日(放假)
第17週	1.02~1.09	分組報告	1日(四)開國紀念日(放假)
第18週	1.09~1.16	期末考	5~11日期末考試，10~11日學生退宿