

國立臺灣大學運動設施與健康管理碩士學位學程

106 學年度第 1 學期

一、課程大綱

課程名稱	(中文) 運動消費行為 (英文) Sport Consumer Behavior		
授課教師	林怡秀	修課人數上限	限本校碩士班學生
開課系所	運動設施與健康管理碩士學位學程	上課時間	星期三 7、8、9
是否為學程 必選修課程	是： <input type="checkbox"/> 否： <input checked="" type="checkbox"/>	學分	3
英語授課	是： <input type="checkbox"/> 否： <input checked="" type="checkbox"/>	半/全學年	半學年
課程規劃與核心 能力之對應	<input checked="" type="checkbox"/> 1 運動場館經營管理之知識與研究 <input checked="" type="checkbox"/> 2 健康管理之規劃與執行 <input checked="" type="checkbox"/> 3 跨領域專業知識與應用實踐 <input checked="" type="checkbox"/> 4 有效溝通與領導 <input checked="" type="checkbox"/> 5 問題解決、獨立思辨與創新思考 <input checked="" type="checkbox"/> 6 全球視野與人文關懷		
教學目標	本課程之教學目標在於幫助學生達成以下目標： 1. 具備消費者行為之理論基礎。 2. 有具備將消費者行為理論應用在運動產業之研究與實務上。 3. 具備根據消費者行為理論提出行銷策略之能力。 4. 在學術研究上，具備提出研究問題之能力及分析評論已發表之運動產業相關之學術研究文章。 5. 具備獨立撰寫運動消費行為研究之期刊論文。		
課程概述	本課程內容包含運動消費者決策行為、市場區隔、運動產品定位、運動消費者消費動機、運動消費者消費態度、心理連續帶模式、運動涉入、運動團隊認同感及運動賽會服務品質。		
指定閱讀及 延伸閱讀	指定閱讀書名： Funk, D. C., Alexandris, K., & McDonald, H. (2016). Sport Consumer Behaviour: Marketing Strategies, Abingdon, UK: Routledge. 延伸閱讀： Papers from Sport Journal and research papers.		
成績評量方式與 標準 (請註明各 項評分比例)	1. 研究期刊論文評析(從指定文章選出 1 篇)15%，於 11/21 中午 12:00 前 email 至老師信箱。逾時視同遲交。 2. 章節報告(製作 ppt)15%，並著正式服裝。		

	<p>3.運動消費行為研究計畫(proposal)15%，於 11/7 中午 12:00 前 email 至老師信箱。逾時視同遲交。</p> <p>4.運動消費行為研究計畫期中口頭報告 15%(11/8)，並著正式服裝。</p> <p>5.運動消費行為研究計畫期末口頭報告 20%(1/10)，於 1/9 中午 12:00 前將全文 email 至老師信箱。逾時視同遲交。</p> <p>6.課堂參與與出席(含實務案例討論)20%。</p> <p>7.作業請依 APA 格式撰寫。請加上封面(列上課程名稱、授課教師、學號、姓名、繳交日期)和頁碼。</p>			
課程要求	<p>1.尊重智慧財產權，請勿非法列印上課書籍。</p> <p>2.請假及作業請按上課老師規定辦理。</p> <p>3.請按繳交時間繳交作業，不接受遲交作業，遲交作業以零分計。</p> <p>4.課堂不定期繳交平時作業，列入課堂參與評量。</p> <p>5.請假超過兩星期，請提出相關證明。</p> <p>6.課程大綱將根據課堂需求進行調整。</p>			
每週進度及教學內容簡述				
週次	日期	授課教師	教學內容簡述	學生應配合閱讀之篇章
第 1 週	9/13	林怡秀	Course Overview	提供評析範例與指定文章
第 2 週	9/20	林怡秀	Chap. 1 Introduction to sport consumer behavior and decision making	第一章 運動消費行為與決策制定介紹 Popp, N., Simmons, J., & McEvoy, C. D. (2017). Sport ticket sales training: Perceived effectiveness and impact on ticket sales results. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 26, 99-109. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 3 週	9/27	林怡秀	Chap. 2 Sport consumer segmentation	第二章 運動消費者區隔 Ross, S. D. (2007). Segmenting sport fans using brand associations: A cluster analysis. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 16, 21-24. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 4 週	10/4	林怡秀	中秋節放假	
第 5 週	10/11	林怡秀	Chap. 3 The sport product and the sport consumer	第三章 運動產品與運動消費者 Xing, X., & Chalip, L. (2007). Effects of hosting a sport event on destination brand: A test of co-branding and match-up models. <i>Sport Management Review</i> , 9(1), 49-78. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 6 週	10/18	林怡秀	Chap. 4 Sport consumer behavior and the influence of the socio-cultural environment	第四章 運動消費者與社會文化環境之影響 Kim, Y. K., & Trail, G. (2010). Constraints

				and motivators: A new model to explain sport consumer behavior. <i>Journal of Sport Management</i> , 24(2), 190-210. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 7 週	10/25	林怡秀	Chap. 5 Sport consumer motivation	第五章 運動消費者動機 Funk, D. C., Mahony, D. F., & Ridinger, L. (2002). Characterizing consumer motivation as individual difference factors: Augmenting the Sport Interest Inventory (SII) to explain level of spectator support. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 11(1), 33-43. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 8 週	11/1	林怡秀	Chap. 6 Constraints in sport engagement	第六章 運動投入之限制因素 Trail, G. T., Robinson, M. J., & Kim, Y. K. (2008). Sport consumer behavior: A test for group differences on structural constraints. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 17, 190-200. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 9 週	11/8	林怡秀	期中報告	
第 10 週	11/15	林怡秀	校慶放假	
第 11 週	11/22	林怡秀	Chap. 7 Sport consumer attitudes	第七章 運動消費者態度 Roy, D. P., & Graeff, T. R. (2003). Consumer attitude toward cause-related marketing activities in professional sports. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 12(3), 163-172. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 12 週	11/29	林怡秀	Chap. 8 Personality and sport consumer behaviors	第八章 運動消費者行為與個人特質 Carlson, B. D., Donovan, D. T., & Cumiskey, K. J. (2009). Consumer-brand relationships in sport: brand personality and identification. <i>International Journal of Retail & Distribution Management</i> , 37(4), 370-384. 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 13 週	12/6	林怡秀	Chap. 9 The psychological continuum model	第九章 心理連續帶模式 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 14 週	12/13	林怡秀	Chap. 10 Stages of the psychological continuum model	第十章 心理連續帶模式階段 實務案例討論: 運動消費行為案例
第 15 週	12/20	林怡秀	Chap. 11 Sport involvement	第十一章 運動涉入 Funk, D. C., Toohey, k., & Bruun, T. (2008). International sport event participation: Prior

				<p>sport involvement, destination Image and travel motives. <i>European Sport Management Quarterly</i>, 7(3), 227-248.</p> <p>實務案例討論: 運動消費行為案例</p>
第 16 週	12/27	林怡秀	Chap. 12 Sport team identification	<p>第十二章 團隊認同</p> <p>Wann, D. L. (2006). Examining the potential causal relationship between sport team identification and psychological well-being. <i>Journal of Sport Behavior</i>, 29(1), 79-95.</p> <p>實務案例討論: 運動消費行為案例</p>
第 17 週	1/3	林怡秀	<p>Chap. 13 Service quality and customer satisfaction</p> <p>Chap. 14 Sport consumption and marketing empirical generalizations</p>	<p>第十三章 服務品質與消費者滿意度</p> <p>第十四章 運動消費與行銷實證</p> <p>Ko, Y. J., & Pastore, D. L. (2005). A hierarchical model of service quality for the recreational sport industry. <i>Sport Marketing Quarterly</i>, 14, 84-97.</p> <p>實務案例討論: 運動消費行為案例</p>
第 18 週	1/10	林怡秀	期末報告	