

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 2 學期

107.2

一、課程大綱

課程名稱	運動傳播與媒體 Sport Communication and Media		
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	二(7、8、9)
是否為學程必選修課程	是： <input checked="" type="checkbox"/> 否： <input 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 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	本課程教學目標如下： 1.了解大眾傳播理論在運動產業上之應用。 2.了解媒體與公共關係在運動產業之角色與相關議題。 3.具備研究運動媒體與公共關係議題之研究能力。 4.具備評論與撰寫當代運動媒體與公共關係之學術文章。		
課程概述	媒體為運動組織最主要的溝通對象之一，若能透過媒體報導，運動組織就有機會獲得社會大眾的注意力，進而達到增進企業形象之目的。再者，運動組織面臨收入減少、預算有限及日益增加的廣告支出的壓力，眾多學者指出，運動組織應尋找更有效的行銷策略以吸引更多的消費者和球迷；而公共關係已被證實為運動組織有效的工具，且可以幫助運動組織達到其行銷目標。本課程主要講述大眾傳播理論在運動產業之應用、媒體與公共關係在運動產業之功能、角色；身為運動行銷人員，如何透過媒體與公共關係工具增進運動組織之形象，進而達到運動組織之行銷目標。		
指定閱讀及	指定閱讀: Pedersen, P. M., Laucella, P. C., Kian, E. M., & Geurin, A. N.		

延伸閱讀	(2017). Strategic Sport Communication. Human Kinetic, Champaign, IL. 延伸閱讀：每週指定閱讀文章			
成績評量方式與標準(請註明各項評分比例)	1. 課堂參與 (20%): 教科書章節報告。課堂報告著正式服裝,使用PPT。 2. 文章評析 (20%): 根據學術文章作者所提出之論點進行優劣分析,而非心得或摘要。評析內容必須應用課所學之理論進行評析,約4-5頁。4/24繳交。 3. 參訪評論:依參訪單位及業師講者內容進行評論(30%含期末口頭報告),個人作業。6/26繳交參訪評論與口頭報告。 4. 模擬記者會(30%):提供新聞稿等相關新聞袋內容,並舉行危機事件記者會。團體作業。			
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	2/27	林怡秀	課程大綱介紹	
第2週	3/6	林怡秀	第一章 運動傳播的演進、改變與機會 探討運動產業的範圍與成長、運動轉播價值與轉播合約、傳播在運動產業的角色。	Scholl, H. J., & Carlson, T. S. (2012). Professional sports teams on the Web: A comparative study employing the information management perspective. <i>European Sport Management Quarterly</i> , 12, 137–160.
第3週	3/13	林怡秀	第二章 大眾傳播在運動產業的職業分類 介紹運動管理、運動媒體與娛樂、運動傳播之相關職業,學生在運動傳播領域就職應具備之能力。	Sosa, J., & McCabe, M. (2010). Professional sports radio broadcasters: An investigation of who is calling the game. <i>International Journal of Sport Management</i> , 11, 96–110.
第4週	3/20	林怡秀	第三章 運動傳播之歷史與成長 介紹運動新聞之歷史及重要發展、現代運動傳播與數位化對運動傳播之影響。	Wallace, L., Wilson, J., & Miloch, K. (2011). Sporting facebook: A content analysis of NCAA organizational sport pages and Big 12 athletic department pages. <i>International Journal of Sport Communication</i> , 4, 422–444.
第5週	3/27	林怡秀	第四章 運動傳播與 SSCM 模式 運動傳播之定義與理論架構、運動傳播之要素、SSCM 模式介紹。	Kitchin, P. J., & Purcell, P. A. (2017). Examining sport communications practitioners' approaches to issues management and crisis response in Northern

				Ireland. <i>Public Relations Review</i> , 43(4), 661-670.
第 6 週	4/3	林怡秀	溫書假	
第 7 週	4/10	林怡秀	運動傳播媒體講座	體育記者報導體育活動
第 8 週	4/17	林怡秀	運動產業參訪停課	
第 9 週	4/24	林怡秀	第五章 人際運動傳播 探討人際傳播在運動產業上之應用、人際傳播之要素及傳播過程以及如何培養人際傳播之技能。 第六章 組織傳播及領導行為在運動傳播之應用 何謂組織傳播、組織傳播之特徵與要素、領導行為在運動傳播之應用。 ❖ 文章評析繳交	Fink, J. S. (2015). Female athletes, women's sport, and the sport media commercial complex: Have we really “come a long way, baby”? <i>Sport Management Review</i> , 18(3), 331-342.
第 10 週	5/1	林怡秀	第七章 運動傳播媒體之整合與轉變 當代運動媒體之角色、媒體企業之營運考量、平面媒體與電子媒體在運動產業之應用。	Alexandru, L. M. (2014). Classical media relations and the new media relations in sport. <i>Practical Application of Science</i> , 4, 91-100.
第 11 週	5/8	林怡秀	第八章 數位化、行動化與社群媒體在運動產業之應用 新興媒體之互動功能以及網路運動媒體之傳播模式和管道。.	Suh, Y. I., & Pedersen, P. M. (2010). Participants' service quality perceptions of fantasy sports websites: The relationship between service quality, customer satisfaction, attitude, and actual usage. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 19, 78-87.
第 12 週	5/15	林怡秀	體育台參訪	運動媒體實務操作
第 13 週	5/22	林怡秀	第九章 整合行銷傳播在運動產業之應用 探討廣告、贊助、運動員代言、電視轉播以及新媒體之行銷傳播整合。	Hutchins, B., & Mikosza, J. (2010). The Web 2.0 Olympics: Athlete blogging, social networking and policy contradictions at the 2008 Beijing Games. <i>The International Journal of Research into New Media Technologies</i> , 16(3): 279-297.
第 14 週	5/29	林怡秀	第十章 公共關係與危機溝通在運動產業之應用 公共關係之歷史發展與演進、有效之	Buchheit, M., & Simpson. B. M. (2017). Player-tracking technology: Half-Full or

			公共關係使用策略、媒體關係與社區關係在運動產業之應用 危機案例提供	half-empty glass? International Journal of Sports Physiology and Performance, 12, S2-35 -S2-41.
第 15 週	6/5	林怡秀	運動產業參訪停課	
第 16 週	6/12	林怡秀	模擬媒體記者會	
第 17 週	6/19	林怡秀	運動廣播電視台參訪	
第 18 週	6/26	林怡秀	❖ 參訪評論口頭報告	

NSC104-2410-H-156-014。計畫主持人。

2. 電視評論型態對運動觀賞者愉悅感之影響效果—調節效果分析(2014)。計畫編號 NSC 103-2410-H-156 -018)。計畫主持人。

3. 以有限容量模式探討運動迷認同感對運動訊息認知處理效果之研究(2013)。計畫編號 NSC102-2410-H-156-015。計畫主持人。

4. 訊息型態對運動團隊商品知覺價值與購買意圖之影響效果研究-以運動消費者之情緒為中介變數(2012)。計畫編號 NSC101-2410-H-156-025。計畫主持人

***填表說明**

註 1：「課程規劃與核心能力之對應」，請勾選 2 個以上。

註 2：「教學目標」「課程概述」應與「核心能力」互相對應。

註 3：「指定閱讀及延伸閱讀」請用 APA 格式繕寫，所列之書籍應採用近期之版本。

註 4：「教學內容簡述」統一使用中文繕寫，需有主要標題及 2-3 行內容簡述。

註 5：本表中每個欄位應詳填，包括每週進度中的「日期」及「授課教師」欄位。