

國立臺灣大學運動設施與健康管理碩士學位學程
107 學年度第 2 學期教學大綱

一、課程大綱

| | | | |
|----------------------------|---|--------|-----------|
| 課程名稱 | (中文) 運動傳播與媒體 (英文) 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 | 星期二 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 | 本課程之教學目標在於幫助學生達成以下目標： 1. 了解運動與傳播媒體之間的關係。 2. 具備傳播媒體相關理論基礎。 3. 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。 4. 能獨立撰寫運動傳播媒體之研究論文。 | | |
| 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。 | | |
| 指定閱讀及延伸閱讀(請詳列每週學生應配合閱讀之篇章) | 指定閱讀書名： 施致平等人 (2010). 運動傳播學。華格納出版社，台中。 Pedersen,P.,Laucella,P., Kian,P.,& Geurin, A.(2017). Strategic Sport Communication-2nd Edition Papers from Sport Business Journal and research papers. | | |

| 成績評量方式與標準 (請註明各項評分比例) | | 1. 每週指定文章導讀，口頭報告, PPT 40% 2. 運動傳播計劃書 30% 3. 指定文獻分析 30% | | |
|-----------------------|------|--|--|---|
| 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 | 請詳列每週學生應配合閱讀之篇章 |
| 第 1 週 | 2/19 | 林怡秀 | Introduction | |
| 第 2 週 | 2/26 | 林怡秀 | Chapter 1 運動傳播基本概念 | <p>Abeza, G., O'Reilly, N., & Nadeau, J. (2014). Sport Communication: A Multidimensional Assessment of the Field's Development. <i>International Journal of Sport Communication</i>, 7(3), 289-316.</p> <p>*Pedersen, P. M. (2008). Sport Communication: What We Hope to Achieve, <i>International Journal of Sport Communication</i>, 1(1), 1-2.</p> |
| 第 3 週 | 3/5 | 林怡秀 | Chapter 2. Careers in Sport Communication | <p>Hayduk III, T., & Walker, M. (2018). Do Applicants Care? Assessing the Influence of Socially Responsible Communication on Job Seekers in the Sport Industry. <i>International Journal of Sport Communication</i>, 11(1), 18-40.</p> |
| 第 4 週 | 3/12 | 林怡秀 | Chapter 8. Digital, Mobile, and Social Media in Sport | <p>Mitchell, F. R., Santarossa, S., & Woodruff, S. J. (2018). Athletes as Advocates: Influencing Eating-Disorder Beliefs and Perceptions Through Social Media, <i>International Journal of Sport Communication</i>, 11(4), 433-446.</p> |
| 第 5 週 | 3/19 | 林怡秀 | Chapter 9 Integrated Marketing Communication in Sport | <p>Cianfrone, B. A., Braunstein-Minkove, J. R., & Tavormina, A. L. (2018). Examining the Sport Daily Deal: An Assessment Across Industry Segments, <i>International Journal of Sport Communication</i>, 11(4), 462-481.</p> |
| 第 6 週 | 3/26 | 林怡秀 | Chapter 5 運動傳播媒體的呈現分析 | <p>Martin, T. G., Wallace, J., Suh, Y. I., & Harriell, K. (2018). Sport-Related-Concussions Pilot Study: Athletic Training Students' Media Use and Perceptions of Media Coverage, <i>International Journal of Sport Communication</i>, 11(4), 447-461.</p> |
| 第 7 週 | 4/2 | | 放假 | |
| 第 8 週 | 4/9 | 林怡秀 | Chapter 6 Organizational and Leadership Communication in Sport | <p>McLaren, C. D., & Spink, K. S. (2018). Examining Communication as Information Exchange as a Predictor of Task Cohesion in Sport Teams. <i>International Journal of Sport Communication</i>, 11(2), 149-162.</p> |
| 第 9 週 | 4/16 | 林怡秀 | Chapter 7 運動公共關係 | <p>Pratt, A. N. (2013). Integrated Impression Management</p> |

| | | | | |
|--------|------|-----|--|---|
| | | | | in Athletics: A Qualitative Study of How NCAA Division I Athletics Directors Understand Public Relations, <i>International Journal of Sport Communication</i> , 6(1), 42-65. |
| 第 10 週 | 4/23 | 林怡秀 | Chapter 8 運動組織危機溝通 | Ruihley, B. R., Simmons, J., Billings, A. C., & Calabrese, R. (2018). Fantasy Breakdown: A Case Study on Organizational Crisis Communication and Stakeholder Reaction During Mass Product Failure, <i>International Journal of Sport Communication</i> , 11(4), 552-572 |
| 第 11 週 | 4/30 | 林怡秀 | Chapter 9 運動賽會與傳播 | Darvin, L., & Sagas, M. (2017). Objectification in Sport Media: Influences on a Future Women's Sporting Event, <i>International Journal of Sport Communication</i> , 10(2), 178-195. |
| 第 12 週 | 5/7 | 林怡秀 | Chapter 7 Sport Mass Media: Convergence and Shifting Roles | Lowes, M., & Robillard, C. (2018). Social Media and Digital Breakage on the Sports Beat. <i>International Journal of Sport Communication</i> , 11(3), 308-313. |
| 第 13 週 | 5/14 | 林怡秀 | Chapter 4 Sport Communication and the SSCM | Devlin, M. B., & Brown-Devlin, M. (2017). Using Personality and Team Identity to Predict Sports Media Consumption, <i>International Journal of Sport Communication</i> , 1(3), 371-392. |
| 第 14 週 | 5/21 | 林怡秀 | Chapter 5 Personal Sport Communication | Shreffler, M. B., Hancock, M, G., & Schmidt, S. H. (2016). Self-Presentation of Female Athletes: A Content Analysis of Athlete Avatars. <i>International Journal of Sport Communication</i> , 9 (4), 460-475. |
| 第 15 週 | 5/28 | 林怡秀 | Proposal presentation | |
| 第 16 週 | 6/4 | 林怡秀 | Proposal presentation | |
| 第 18 週 | 6/11 | 林怡秀 | Proposal presentation | |