

國立臺灣大學運動設施與健康管理碩士學位學程

108 學年度第 2 學期教學大綱

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 2,3,4
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. 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. 能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(請詳列每週學生應配合閱讀之篇章)	指定閱讀書名： Funk, D. C., Alexandris, K., & McDonald, H. (2016). <i>Sport Consumer Behaviour: Marketing Strategies</i> , 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. 教科書章節報告 30% 2. 指定議題文獻探討 30% 3. 運動消費行為市場調查 30% 4. 出席與課堂表現 10%		
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	3/4	林怡秀	Course introduction	
第 2 週	3/11	林怡秀	Chapter 1. Introduction to Sport Consumer Behavior and Decision Making	Funk, D. C., Mahony, D. F., & Havitz, M. E. (2003). Sport consumer behavior: Assessment and direction. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 12(4), 200-205.
第 3 週	3/18	林怡秀	Chapter 2. Sport Consumer Segmentation	Ross, S. D. (2007). Segmenting sport fans using brand associations: A cluster analysis. <i>Sport Marketing Quarterly</i> , 16, 21-24.
第 4 週	3/25	林怡秀	Chapter 3. The Sport Product and the Sport Consumer	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.
第 5 週	4/1	林怡秀	Chapter 4. Sport Consumer Behavior and the Influence of the Socio-Cultural Environment	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.
第 6 週	4/8	林怡秀	Chapter 5. Sport Consumer Motivation	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.
第 7 週	4/15	林怡秀	Chapter 6. Constraints in Sport Engagement	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.
第 8 週	4/22	林怡秀	指定議題文獻探討 30%	
第 9 週	4/29	林怡秀	Chapter 7. Sport Consumer Attitudes	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.
第 10 週	5/6	林怡秀	Chapter 8. Personality and Sport Consumer Behavior	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
第 11 週	5/13	林怡秀	Chapter 9. The Psychological Continuum Model	Kim, K., Byon, K. K., & Pedersen, P. M.(2019). Coping as a mediation mechanism between severity of spectator dysfunctional behavior and revisit intention: The moderating effects of self-construal in sport consumption. <i>Journal of Sport Management</i> , 1-15.
第 12 週	5/20	林怡秀	Chapter 10. Stages of the Psychological Continuum Model Chapter 11. Sport Involvement	Katz, M., Heere, B., & Melton, E. N. (2019). Predicting fan behavior through egocentric network analysis: Examining season-ticket holder renewal. <i>Journal of Sport Management</i> , 1-12.
第 13 週	5/27	林怡秀	Chapter 12. Team Identification	Funk, D. C., Toohey, k., & Bruun, T. (2008). International sport event participation: Prior sport involvement, destination Image and travel motives. <i>European Sport Management Quarterly</i> , 7(3), 227-248.
第 14 週	6/3	林怡秀	Chapter 13. Service Quality and Customer Satisfaction	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.
第 15 週	6/10	林怡秀	Final presentation (運動消費行為市場調查 30%)	
第 16 週	6/17	林怡秀	Final presentation(運動消費行為市場調查 30%)	期末考週
第 17 週	6/24	林怡秀	納入前 16 週補充教學 (學生自行選擇適合時間，並於完成閱讀後，繳交該主題摘要)	完美報告決勝關鍵—Scopus 引文索引資料庫 http://elearning.lib.ntu.edu.tw/?q=zh-hant/node/295
第 18 週	7/1	林怡秀	納入前 16 週補充教學 (學生自行選擇適合時間，並於完成閱讀後，繳交該主題摘要)	練好碩論基本功—給論文撰寫者的畢業指南 http://elearning.lib.ntu.edu.tw/?q=zh-hant/node/301