課程名稱	運動行銷與	管理	學分數	2	
課程屬性	□專題探究	□跨領域	/科目專題 □跨領域/科目統	整	
	□實作(實驗	)□探索體	驗  □特殊需求 ■其他		_
師資來源	■校內單科 □校內跨科協同 □跨校協同 □外聘(大學) □外聘(其他)				
課綱 核心素養			〉素質與自我精進 ■A2.系統思考與問題解決 ■A3.規 自創新應變		
	D冲进出到		R運用與溝通表達■B2.科技資訊與媒體素養 □B3.藝 B美感素養		
	し社習参兴		惠實踐與公民意識 ■C2.人際關係與團隊合作 ■C3.多 !國際理解		
學習目標	1.使學生瞭解運動行銷的基本觀念 2.使學生具備文獻搜尋及閱讀研究報告的基本能力 3.使學生具備撰寫研究計畫及行銷報告之能力 4.使學生具備基本決策分析理念、溝通及領導能力				
教學大綱	單元/主題		內容綱要		週(節)數
	課程介紹		課程介紹		1節
	行銷計畫		運動行銷的基礎-計畫		1節
	行銷組織		運動行銷的基礎-組織		1節
	 行銷領導		運動行銷的基礎-領導		1節
	行銷控制		運動行銷的基礎-控制		1節
	行銷評估		運動行銷的基礎-評估、回饋	 t、改善	1節
	行銷大綱		透過運動的行銷		1節
	行銷計畫		發展行銷策略與計畫		1節
	市場區隔		確認市場區隔與目標市場		1節
	經營策略		競爭策略與經營管理的核心		1節
	個案討論		個案討論- 1 P. LEAGUE+	<b>新北國王</b> 籃	1節
	行銷種類		狙擊行銷、倍增行銷		1節
	產業區隔		命名權、授權、運動產業區隊	 南	1節
	運動贊助		運動贊助		1節
	整合行銷		設計及管理整合行銷		1節
	奧運生態		奧林匹克運動會與運動行銷	1	1節
	實作分享		分組報告		1節
	實作分享		分組報告		1節
	小計 18節				
學習評量	小組討論報告, 學習單				
對應學群	□資訊□工程□數理化□醫藥衛生□生命科學□農林漁牧□地球環境□藝術□				
	社會心理□大眾傳播□外語□文史哲□教育■法政□管理□財經				