美和科技大學

民生學院

院核心課程規範

課程名稱：

休閒產業行銷

中華民國 115 年 9 月制定

1. 課程基本資料：

科目名稱	中文	休閒產業行銷		
	英文	Marketing of Leisure Industry		
適用學制	四技		必選修	必修
適用部別	日間部		學分數	2
適用系科別	運動與休閒管理系		學期/學年	一學期
適用年級/班級	三年級		先修科目或先備能力	無

2. 民生學院目標培育人才

依據 UCAN 系統，本中心以培育「**共通職能**」為目標。

共通職能	C1	溝通表達
	C2	持續學習
	C3	人際互動與多元視野
	C4	團隊合作
	C5	問題解決
	C6	創新
	C7	工作責任及紀律
	C8	資訊科技應用

3. 課程對應之 UCAN 職能

職能 / 課程	專業職能 M	專業職能 A
休閒產業行銷	分析各休閒場所之特點與客戶需求，執行休閒活動企劃。	執行導覽解說，提供客戶良好的旅遊經驗。

註：M 表示課程內容須教授之「**主要**」相關職能　A 表示課程內容須教授之「**次要**」相關職能

4. 教學目標

本課程可以達到以下目標：

(1)建立學生運動行銷與贊助之基礎素養。

(2)具備國內外運動行銷個案之分析能力。

(3)培養學生運動行銷個案之規劃能力。

5. 課程描述

5.1 課程說明

(1) 行銷的意義

(2) 行銷學的重要內涵

(3) 運動行銷的學術發展過程

(4) 運動產品的特性

(5) 運動產品價格的制定

(6) 運動市場的特性

(7) 運動產品的消費者特性運動產品的通路

(8) 運動產品的通路

(9) 運動產品的促銷

(10) 運動產業的公共關係

(11) 運動贊助的議題

(12) 市場研究的重要性與方式

(13) 策略性行銷於運動產業組織的運用

(14) 運動行銷的全球化議題

(15) 行銷概念與世界領導品牌案例研究

5.2 課程綱要

本課程規劃內容綱要及課程設計養成之職能：(請說明 18 週課程)

週次	課程內容規劃	課程設計養成之職能	時數
1	休閒產業概論與市場分析 1	M(1)A(2)	2
2	休閒產業概論與市場分析 2	M(1)A(2)	2
3	消費者行為與目標市場 1	M(1)A(2)	2
4	消費者行為與目標市場 2	M(1)A(2)	2
5	行銷策略與策略規劃 1	M(1)A(3)	2
6	行銷策略與策略規劃 2	M(1)A(3)	2
7	行銷策略與策略規劃 3	M(1)A(3)	2
8	品牌與服務品質 1	M(1)A(3)	2
9	品牌與服務品質 2	M(1)A(3)	2
10	創新與創新管理 1	M(1)A(3)	2
11	創新與創新管理 2	M(1)A(3)	2
12	個案研究與實務應用 1	M(1)A(4)	2
13	個案研究與實務應用 2	M(1)A(4)	2
14	個案研究與實務應用 3	M(1)A(4)	2
15	未來趨勢與總結 1	M(1)A(4)	2
16	未來趨勢與總結 2	M(1)A(4)	2
17	期末報告	M(1)A(5)	2
18	期末考	M(1)A(5)	2

5.3 教學活動

5.3.1 課堂講授:概念講解分析

5.3.2 課堂討論:小組心得分享與延伸學習

5.3.3 期末評量

6. 成績評量方式

6.1 期末評量 40%

6.2 課程出席率&討論參與度 60%

7. 教學輔導

7.1課業輔導/補救教學對象：

(1)成績欠佳之學生:第九週後出席率不佳的學生,進行課後輔導。

(2)有特別學習需求學生：因其他特殊學習需求,有個別需要深入了解本科目更深入的學習內容、特殊主題或進階應用有興趣者。

7.2 課業輔導/補救教學之實施

課業輔導與補救教學的實施方式：

(1) 課後輔導:由授課老師於課輔時間，額外上課。

(2) 補救教學:學生進行課後作業練習，使其能在練習中獲得進步。

7.3 課業輔導/補救教學時間與聯絡方式

- 輔導時間：授課老師的課輔時間。
- 輔導老師聯繫方式：

(1). **校內分機**：8383

(2). **授課教師**：李晉豪

(3). **教師 email**：x00003528@meiho.edu.tw