

The Research of Public Relations Strategy and Practical Problem of Taiwan ' s Professional Baseball League

鄭承嘉、張景旭 ; 徐東海

E-mail: 9223147@mail.dyu.edu.tw

ABSTRACT

ABSTRACT Taiwan ' s professional baseball becomes an important part of life of Taiwan ' s people, adjusting body and mind, releasing pressure, and entertained people. Besides, it has other functions including making the society stably and purely. That ' s why Taiwan ' s professional baseball is the focus of Taiwan ' s people. Especially, Taiwan ' s professional baseball is the topic since mass communications media report it. The image of Taiwan ' s professional baseball, however, was destroying and the ticket ' s sales were falling when the cheating of games was happened. Fortunately, after the efforts of leagues, teams, and media reforming the image, and great international performances, people ' s professional baseball fever is back. Hence, public relations functions containing combinations of management and marketing strategy are becoming more and more important. This research is to explore the problems and reactions when Taiwan ' s professional sport implements public relations strategy. After analyzing the research, we can get the answers as follow conclusions: 1. As to the question of bad image, the response methods include charity activities, building brand image, and getting players on advertisements. 2. As to the question of losing baseball fans, the response methods include managing website, organizing fans clubs, having regular fans parties, show the management sincere, and enforcing fans ' confidence. 3. As to the question of media ' unfair reporting, the response methods include regular public activities with media. 4. As to the question of shortage of fans number, the response methods include improving image, maintaining the quality of games and culture, launching regular activities inside or outside games, and advertisements. 5. As to the question of inhabitants ' objection, the response method is region ' s public relation activities. 6. As to the question of conflict, the response method is cross-team cooperation.

Keywords : Professional Baseball ; Public Relations ; Quality Research

Table of Contents

目錄 封面內頁 簽名頁 授權書	iii 中文摘要
v 英文摘要	vii 誌謝
ix 目錄	x 圖目錄
xii 表目錄	xiii 第一章 緒論 第一節 研究背景與動
機 1 第二節 研究目的	4 第二章 文獻探討 第一節 職業運動
5 第二節 我國職業棒球之發展概況	8 第三節 公共關係
15 第四節 體育運動公共關係	67 第三章 研究方法 第一節 研究設計
77 第二節 研究流程	86 第三節 研究對象
88 第四節 研究前架構	89 第四章 研究結果 第一節 我國職業棒球問題及回應方式問題分析
90 第二節 研究後	114 第三節 研究分析內容之探討
132 第二節 建議	147 參考文獻 一、中文書目
161 附錄二 162	153 二、英文書目
	158 附錄一

REFERENCES

參考文獻 一、中文書目 1.王洪鈞(民75):公共關係。台北:華視出版社。 2.王詩慧(民89):非營利組織公共關係運作之研究--以醫療類基金會為例。國立政治大學,公共行政學系碩士論文。 3.王德馨,俞成業(民79):公共關係。初版,台北:三民書局。 4.白崇亮(民85):公共關係與企業形象。財團法人公共關係基金會公關精修班第十二期演講詞,七月三日。 5.任永貞(民90):企業網站首頁之公共關係目標公眾、企業形象與功能分析研究---以國內前五百大企業為例。國立中山大學,傳播管理研究所碩士論文。 6.江明修(民88):非營利組織政策遊說功能之研究,行政院國家科學委員會專題研究報告,計畫編號NSC88 2416 H 004 026 F21。 7.余國雄(民91):adidas的品牌再造經驗。公關雜誌50期,頁58-60。 8.吳宗權(民89):製造業公共關係策略之探討-以個案公司處理高屏溪事件為例。國立中山大學高階經營碩士班論文。 9.吳宜蓁(民87):議題管理:企業公關的新興課題。台北:正中。 10.吳宜蓁(民87):議題管理 - 企業公關的新興課題。台北:正中書局。 11.李惠真(民90):傳播媒體對運動發展的影響。大專體育,52期 頁89-94。 12.林傑斌、鄧冠珠(民81):公關實務技巧與應用。台北:超

越企管。13.邱金松(民79):職棒發展與社會期待。國民體育季刊,19卷4期,4-5頁。14.侯致遠(民79):大眾傳播與職業運動互動關係之探討。國民體育季刊,19卷4期,15-21頁。15.洪嘉文(民86):公共關係在學校體育的應用。大專體育,30期,62-67頁。16.洪嘉文(民89):學校體育育樂發展現況與未來展望,國民體育季刊,29(3),6-13。17.胡幼慧(民86):質性研究:理論、方法及本土女性研究實例。台北:巨流。18.范智明(民91):運動公關及個案介紹。大專體育60期頁111-118。19.孫秀蕙(民86):公共關係-理論、策略與研究實例。台北:正中書局。20.孫美蓮(民89):大專校院體育活動公共關係模式研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。21.徐木蘭、楊君琦、劉仲矩(民87):非營利組織公關策略之研究。民意研究季刊,第204期,頁1-25。22.袁自玉(民81):公共關係。台北:前程企業管理公司。23.高俊雄(民87):臺灣地區運動務業之發展概況。運動休閒管理論文集(二),頁10。24.張在山(民83):公共關係學。台北:五南圖書出版公司。25.張凱鈞(民88):企業公關與行銷公關運作模式之研究-以高科技產業為例。國立政治大學企業管理學系碩士論文。26.張敦智(民85):醫院公共關係運作之研究-以中部醫院為例。台中:中國醫藥學院醫務管理研究所碩士論文。27.郭亭玉(民88):醫院行銷公關之研究-以台北市地區級以上醫院為例。銘傳大學管理科學研究所碩士論文。28.游仲賢(民88):醫院公共關係管理運作模式之初探性研究-以大台北地區之醫療院所為例。長庚大學管理學研究所碩士論文。29.黃金柱(民81):體育運動策略性行銷。台北:師大書苑。30.黃美娟(民84):企業公共關係整體規劃模式之研究。台北:國立政治大學企業管理研究所碩士論文。31.葉公鼎(民79):從經濟發展觀點談職業運動。國民體育季刊,19卷4期,22-27頁。32.臧國仁、孔誠志(民77):公關手冊。台北:商周文化。33.趙基宏(民82):企業公共關係運作模式之研究。台北:國立政治大學企業管理研究所碩士論文。34.潘文文(民84):非營利組織公共關係策略之研究。中興大學公共政策研究所碩士論文。35.潘建國(民86):職業運動組織媒體公共關係之研究-以中華、台灣兩職棒聯盟為例。台北:世新大學傳播研究所碩士論文。36.蔡松齡(民81):公關趨勢-公關時代企業必備的知識。台北:遠流出版社。37.鄭志富(民86):談公關在體育與運動組織之應用(2)。公關雜誌,22期,9-13頁。38.鄭硯農(民90):北京申請2008年奧運。公關雜誌47期。39.盧淑姿(民89):我國職業運動聯盟公共關係運作之研究。國立體育學院體育研究所碩士論文。40.蕭思源(民80):廠商之行銷公關行為研究-台灣資訊業之實證。台北:台灣大學商學研究所未出版之碩士論文。41.賴金波(民81):企業公共關係。42.戴育賢(民82):職棒休閒工業的初步詮釋。傳播文化,2期頁129-146。43.鍾志強(民81):職業運動與運動行銷。文化體育11期 民81.06 頁118-123。44.中華職業棒球聯盟規章(民85)。台北:中華職業棒球聯盟。45.那魯灣股份有限公司簡介(民87),台北:那魯灣股份有限公司。46.David Wragg著,陳明杰譯(民87):公共關係。台北:前程企管。47.Doug Newsom, Judy VanSiyke Turk, dean Kruckeberg 著,蔡美瑛編譯(民88):公共關係-理論與實務。台北:亞太圖書。48.Earl Babbie著,李美華譯(民87):社會科學研究方法。台北:時英。49.Joseph Straubhaar. Robert LaRose, 涂瑞華譯(民85):Communications Media in the Information Society. 初版,亞太圖書。50.Joseph Straubhaar. Robert LaRose. Communications Media in the Information Society.涂瑞華譯。初版,亞太圖書。民85,564頁。51.Patton原著,吳芝儀、李奉儒譯(民84):質的評鑑與研究。台北:桂冠心理學叢書,心理學術系列。52.Strauss & Corbin原著,徐宗國譯(民86):質性研究概論。台北:巨流圖書公司。

二、英文書目

- Berneys, E. L. (1952). Public Relation. Norman. Okla: University of Oklahoma Press.
- Broom, G. M. (1986). Public relations roles and systems theory: Functional and historicist causal models. Public Relations Review, 5, 15-22.
- Canfield, R. B., & Moore, H. F. (1973). Public relations: Principle, cases and problems. Homewood, IL.: Irwin.
- Cutlip, S. M., Center, A. H., & Broom, G. M. (1985). Effective public relations. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Dozier, D.M., & Grunig, L.A., & Grunig, J.E. (1995). Manager's guide to excellence in public relations and communication management. N.Y.: Erlbaum.
- Edward, Bernays. Crystallizing Public Opinion. Norman: University of Oklahoma Press.
- Grunig J. E. & Hunt T. T. (1984) Management Public Relations. N. Y.: Holt Rinehart and Winston.
- Grunig, J. E., & Hunt, T. (1984). Origins and contemporary structure of public relations. Managing Public Relations, N. Y.: CBS College Publishing.
- Grunig, J.E. (1984). Organizations, environments, and models of public relations. Public Relations Research And Education, 1(4), 6-29.
- Harlow, Rex. 1976, " Building a Public Relations Definition ". Public Relations Review, pp. 36.
- Harlow, R.F. (1988). Precision public relations. New York: Longman.
- Harris, T. (1994). How to become a player in integrated marketing. Relations Tactics, 8, 10.
- Heath, R.L. (1992a). Rhetorical and critical approaches to public relations. Hillsdale, N.Y.: Lawrence Erlbaum.
- Jenkins, F. (1983). Public relations for marketing management. Macmillian Press Ltd.
- Kotler, P., Kotler on Marketing: How to Create, Win and Dominate Markets, New Jersey: Carla Bolte, 1999.
- Kotler, P., Marketing Management - Analysis, Planning, Implementation, and Control, 8th ed., New Jersey: Prentice Hall, 1994.
- Kotler, P., & Midnak, C. J. (1978). A generic concept of marketing. Journal of Marketing, 50, 14.
- Karl Weick (1995). Sensemaking in organizations. SAGE Publications, Inc.
- Moore, H. F., & Frank, B. K. (1985). Public relations: Principles, cases, and problems. Homewood, IL.: Richard, D. I. Inc.
- Newsom, Judy & Dean (1996), This is PR: The Realities of Public Relations, 6th, Belmont, C.A., p.5.
- Nolte, W. L. (1974). Fundamentals of public relations. N. Y.: Pergamen Press Inc.
- Pavlik, J. V. (1987). Public relations: What research tells us. California: Sage Publications, Inc.
- Schultz, D., & Tannenbaum, S., & Lauterborn, R. (1993). Integrated marketing communications. Lincolnwood, IL: NTC Publishing Group.
- Wilcox, D. L., Phillip H. A., & Warren, K. A. (1995). Public relation: Strategies and tactics. USA: Haper Collins College Publishers.