

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

|                                                                                                                                                                                              |                                                                                                                                                                    |          |                       |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------|-----------------------|
| 課程名稱                                                                                                                                                                                         | 品牌管理                                                                                                                                                               | 授課<br>教師 | 黃振家<br>Huang Jenn-jia |
|                                                                                                                                                                                              | BRAND MANAGEMENT                                                                                                                                                   |          |                       |
| 開課系級                                                                                                                                                                                         | 大傳一碩士班 A                                                                                                                                                           | 開課<br>資料 | 選修 單學期 3學分            |
|                                                                                                                                                                                              | TAMXM1A                                                                                                                                                            |          |                       |
| 系 所 教 育 目 標                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                    |          |                       |
| 一、培養具文化創意產業分析、企劃與行銷專業之傳播人才。<br>二、訓練具訊息研究與跨媒體創新開發專業之傳播人才。                                                                                                                                     |                                                                                                                                                                    |          |                       |
| 系 所 核 心 能 力                                                                                                                                                                                  |                                                                                                                                                                    |          |                       |
| A. 具人文素養與社會關懷之能力。<br>B. 團隊合作與溝通協調能力。<br>C. 理解傳播相關倫理與社會責任之能力。<br>D. 理解社會趨勢與產業現況之能力。<br>E. 發掘、分析與解決傳播問題之能力。<br>F. 對傳播相關議題系統蒐集、分析與解釋資料之能力。<br>G. 運用適當理論與研究方法執行獨立研究之能力。<br>H. 詮釋意義、獨立思考及批判思考之能力。 |                                                                                                                                                                    |          |                       |
| 課程簡介                                                                                                                                                                                         | 本課程協助學生認識品牌基本原理與打造品牌過程，培養品牌管理能力。                                                                                                                                   |          |                       |
|                                                                                                                                                                                              | This course provides the basic introduction about the brand related theory and the branding process.The students will be trained for the brand management ability. |          |                       |

本課程教學目標與目標層級、系所核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系所核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「系所核心能力」。單項教學目標若對應「系所核心能力」有多項時，則可填列多項「系所核心能力」(例如：「系所核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

| 序號 | 教學目標(中文)                                                                      | 教學目標(英文)                                                                                                                                                                       | 相關性  |          |
|----|-------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|----------|
|    |                                                                               |                                                                                                                                                                                | 目標層級 | 系所核心能力   |
| 1  | 同學可透過本課程瞭解品牌經理的具體職責，具體認識品牌管理歷史，以及品牌管理目的，希冀藉由本課程，可讓同學運用組合所有品牌構成要素，學習品牌管理的知識技能。 | The students will be trained to apply the related knowledges about the brand management. Meanwhile the students are also enforced the related skills for the brand management. | A6   | ABCDEFGH |

教學目標之教學策略與評量方法

| 序號 | 教學目標                                                                          | 教學策略           | 評量方法                 |
|----|-------------------------------------------------------------------------------|----------------|----------------------|
| 1  | 同學可透過本課程瞭解品牌經理的具體職責，具體認識品牌管理歷史，以及品牌管理目的，希冀藉由本課程，可讓同學運用組合所有品牌構成要素，學習品牌管理的知識技能。 | 課堂講授、分組討論、參觀實習 | 出席率、報告、討論、小考、期中考、期末考 |
|    |                                                                               |                |                      |

本課程之設計與教學已融入下列本校基本素養與核心能力

| 淡江大學基本素養與核心能力 | 內涵說明                                       |
|---------------|--------------------------------------------|
| ◆ 表達能力與人際溝通   | 有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。      |
| ◆ 科技應用與資訊處理   | 正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。            |
| ◆ 洞察未來與永續發展   | 能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。 |
| ◆ 學習文化與理解國際   | 具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。 |
| ◆ 自我了解與主動學習   | 充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。  |
| ◆ 主動探索與問題解決   | 主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。       |
| ◆ 團隊合作與公民實踐   | 具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。   |
| ◆ 專業發展與職涯規劃   | 掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。      |

授 課 進 度 表

| 週次 | 日期起訖                    | 內 容 (Subject/Topics) | 備 註 |
|----|-------------------------|----------------------|-----|
| 1  | 100/09/05~<br>100/09/11 | 課程介紹/導論：品牌是什麼？       |     |
| 2  | 100/09/12~<br>100/09/18 | 中秋節（放假一天）            |     |
| 3  | 100/09/19~<br>100/09/25 | 品牌資產與品牌知識            |     |
| 4  | 100/09/26~<br>100/10/02 | 品牌定位與價值              |     |
| 5  | 100/10/03~<br>100/10/09 | 選擇品牌要素建立品牌資產         |     |
| 6  | 100/10/10~<br>100/10/16 | 國慶紀念日（放假一天）          |     |
| 7  | 100/10/17~<br>100/10/23 | 為建立品牌資產設計行銷活動        |     |
| 8  | 100/10/24~<br>100/10/30 | 為建立品牌資產進行整合行銷傳播      |     |
| 9  | 100/10/31~<br>100/11/06 | 期中檢閱                 |     |
| 10 | 100/11/07~<br>100/11/13 | 利用品牌聯想建立品牌資產         |     |
| 11 | 100/11/14~<br>100/11/20 | 品牌資產測量系統             |     |
| 12 | 100/11/21~<br>100/11/27 | 測量品牌資產來源             |     |

|              |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |  |
|--------------|-------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| 13           | 100/11/28~<br>100/12/04 | 測量品牌資產結果                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 14           | 100/12/05~<br>100/12/11 | 品牌策略                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| 15           | 100/12/12~<br>100/12/18 | 新產品引進、命名與品牌延伸                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 16           | 100/12/19~<br>100/12/25 | 管理品牌：時間性                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |  |
| 17           | 100/12/26~<br>101/01/01 | 管理品牌；地域性、文化與市場區隔                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |  |
| 18           | 101/01/02~<br>101/01/08 | 期末報告                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| 修課應<br>注意事項  |                         | 1.本教學計畫表僅供選課學生參考，授課教師可依實際授課狀況調整。<br>2.教材課本之外，正式授課時將提供其他相關參考書目內容講解。<br>3.本科目為學期課程，著重思考、分析與實作。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 教學設備         |                         | 電腦、投影機                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |  |
| 教材課本         |                         | Kell,K.L(2007).Strategic Brand management (3th ed.),NJ：Prentice-Hall.<br>Keller,K.L著；徐世同編譯(2008)：《品牌管理》，台北：華泰文化事業公司。                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |  |
| 參考書籍         |                         | Kapferer,J(2004).The New Strategic Brand Management: Creating And Sustaining Brand Equity,London：Kogan Page.<br>Clifton,R.& Simmons,J.(Eds.)(2003).Brands and Branding,London：Profile Books.<br>Schultz,D.E與Barnes,B.E著；郭瓊俐等譯(2003)：《品牌策略》，台北：五南圖書。<br>Schultz,D.E與Schultz,H著；戴至中等譯(2004)：《IMC整合行銷傳播》，台北：美商麥格羅·希爾國際股份有限公司 台灣分公司。<br>恩藏直人·亀井昭宏（2002）：《ブランド要素の戦略理論》，東京：早稻田大学出版社。<br>博報堂（株）ブランドコンサルティング（2000）：《ブランドマネジメントのすすめ方》，東京：日本能率協会マネジメントセンター。）<br>博報堂（株）ブランドコンサルティング（2000）：《ブランドマーケティング》，東京：日本能率協会マネジメントセンター。 |  |
| 批改作業<br>篇數   |                         | 2 篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |  |
| 學期成績<br>計算方式 |                         | ◆平時考成績：10.0 %    ◆期中考成績：30.0 %    ◆期末考成績：40.0 %<br>◆作業成績： 20.0 %<br>◆其他〈 〉： %                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |  |
| 備 考          |                         | 「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。<br><b>※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。</b>                                                                                                                                                                                                                                               |  |