

淡江大學 100 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	品牌經營與管理	授課 教師	李月華 Lee, Yueh-hua
	BRAND MANAGEMENT		
開課系級	企管二碩士班 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXM2A		
系所教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</p>			
系所核心能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程從消費者觀點說明品牌對企業之重要性，及如何透過行銷活動及品牌設計來建立強勢品牌且歷久彌新；並介紹品牌權益之衡量方式。</p>		
	<p>This course deals with brands, why they are important, what they represent to consumers, what firms should do to manage them properly, and how to create and nurturing a strong brand over time. Attendances will learn a comprehensive and up-to-date treatment of the subjects of brands – the design and implementation of marketing programs and activities to build, measure, and manage brand equity.</p>		

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	培養學生品牌管理之基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of brand concept	C2	AC
2	顧客觀點分析基本能力	Enhance student's ability of consumer insight and problem-solving	P4	ABCE
3	培育學生具備企劃能力	Intensify student's planning and decision-making skill	A5	ABCEG
4	國際視野與創新能力	Expand student's horizons and increase innovativeness	A6	BCEGH

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	培養學生品牌管理之基本知識	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末考
2	顧客觀點分析基本能力	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期末考
3	培育學生具備企劃能力	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期末考
4	國際視野與創新能力	課堂講授、分組討論、參觀實習	報告、討論、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~ 100/09/11	Brands and brand management	
2	100/09/12~ 100/09/18	Customer-based brand equity	
3	100/09/19~ 100/09/25	Brand positioning and values	
4	100/09/26~ 100/10/02	Choosing brand elements to build brand equity	
5	100/10/03~ 100/10/09	Brand design	
6	100/10/10~ 100/10/16	Leveraging secondary brand knowledge to build brand equity	
7	100/10/17~ 100/10/23	Designing marketing programs to build brand equity	
8	100/10/24~ 100/10/30	Launching the brand	
9	100/10/31~ 100/11/06	Designing and implementing branding strategies	
10	100/11/07~ 100/11/13	Mid-term report--如何創造台灣品牌優勢—以某品牌為例	
11	100/11/14~ 100/11/20	Mid-term report--如何創造台灣品牌優勢—以某品牌為例	
12	100/11/21~ 100/11/27	Mid-term report--如何創造台灣品牌優勢—以某品牌為例	

13	100/11/28~ 100/12/04	The challenge of growth in mature markets; Growth through brand extensions	
14	100/12/05~ 100/12/11	Brand Portfolio Strategy	
15	100/12/12~ 100/12/18	managing brands over times : ageing, decline and revitalization / Handling name changes and brand transfers	
16	100/12/19~ 100/12/25	Brand valuation : Developing a brand equity measurement and management system	
17	100/12/26~ 101/01/01	Final report	
18	101/01/02~ 101/01/08	Final test	
修課應 注意事項	事前預習及不遲到早退 Group presentation: 1. Choose one brand or family brand: Preliminary vision, mental map, brand pyramid 2. Brand hierarchy and brand portfolio 3. Sources of brand equity 4. Recommendations about how to build and manage equity.		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Strategic brand management 3rd Edition by Keller 華泰書局 策略品牌管理 3rd Edition 徐世同 編譯 華泰書局		
參考書籍	The New Strategic Brand Management 3rd Edition 2004 JEAN-NOEL KAPFERER		
批改作業 篇數	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 計算方式	◆平時考成績：20.0 % ◆期中考成績： % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 20.0 % ◆其他〈品牌期刊文章〉：30.0 %		
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※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。		