

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	中小企業品牌經營實務	授課 教師	李月華 LEE, YUEH-HUA
	BRAND MANAGEMENT PRACTICES IN SMES		
開課系級	企管三 P	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLCXB3P		
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. 一般管理能力。</p> <p>B. 企管專業能力。</p> <p>C. 產業經營能力。</p> <p>D. 企業倫理與工作態度。</p>			
課程簡介	<p>本課程內容主要以理論講述與個案討論，有系統地教授中小企業品牌經營實務的分析架構以及執行行銷相關任務時所面對的問題、挑戰與解決方案，旨在協助學生對中小企業在面對市場開拓及行銷專案推動時得以迅速且精確地掌握目標族群，達成宣傳效益，提升中小企業之競爭力，對從事品牌行銷、品牌管理、行銷企劃有興趣之同學能提昇其就業能力。</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其「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	培養學生中小企業品牌價值之基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of brand management in SME	C3	BC
2	市場調查基本能力	Enhance student's ability of market survey and problem-solving	P4	BC
3	培育學生具備企劃能力	Intensify student's planning and decision-making skill	A6	BCD
4	國際視野與創新能力	Expand student's horizons and increase innovativeness	A6	BCD

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	培養學生中小企業品牌價值之基本知識	講述、討論、賞析	紙筆測驗、報告、上課表現
2	市場調查基本能力	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	培育學生具備企劃能力	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
4	國際視野與創新能力	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◆ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◇ 樂活健康	
◇ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	中小企業及環境趨勢	
2	101/09/17~ 101/09/23	中小企業經營環境的變化因應/新價值主張與商業化模式	
3	101/09/24~ 101/09/30	文創產業之機會-與地方產業之結合	
4	101/10/01~ 101/10/07	STP 介紹與應用-金字塔基層與頂層	
5	101/10/08~ 101/10/14	STP 個案實務	討論個案
6	101/10/15~ 101/10/21	產品決策介紹與應用	
7	101/10/22~ 101/10/28	品牌決策介紹與應用	
8	101/10/29~ 101/11/04	風格設計與品牌特性	
9	101/11/05~ 101/11/11	產品的促銷/精準行銷與流通	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	產品與品牌決策案例	討論個案
12	101/11/26~ 101/12/02	品牌溝通與實務	

13	101/12/03~ 101/12/09	中小企業參訪	中小企業參訪
14	101/12/10~ 101/12/16	中小企業創新研發與新市場開拓	
15	101/12/17~ 101/12/23	演講:銷售戰力提昇	
16	101/12/24~ 101/12/30	品牌權益的持續創造	
17	101/12/31~ 102/01/06	如何在購物網站自創品牌	分組報告
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項	1. 學期抽點3~4 次, 若抽點3次未到, 則平時分數為零分 (只有公假准予銷假)。 2. 分組報告: 自行分組4人為一組。 3. 學期成績55~59分者, 則視平時上課態度及缺曠記錄予以調整分數。		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Strategic brand management 3rd Edition by Keller 華泰書局		
參考書籍	中小企業管理與診斷 吳松齡、陳俊碩、楊金源 著 揚智文化		
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	◆出席率: 20.0 %    ◆平時評量: 20.0 %    ◆期中評量: % ◆期末評量: 30.0 % ◆其他〈分組報告〉: 30.0 %		
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。 <b>※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書, 勿不法影印他人著作, 以免觸法。</b>		