

淡江大學 101 學年度第 2 學期課程教學計畫表

| | | | |
|--|--|----------|-----------------------|
| 課程名稱 | 全球品牌管理 | 授課 教師 | 黃哲盛 JE-SHENG HUANG |
| | GLOBAL BRAND MANAGEMENT | | |
| 開課系級 | 國企系進學三A | 開課 資料 | 選修 單學期 2學分 |
| | TLFXE3A | | |
| 系（所）教育目標 | | | |
| <p>一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。</p> <p>二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。</p> <p>三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。</p> | | | |
| 系（所）核心能力 | | | |
| <p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p> | | | |
| 課程簡介 | (1)瞭解品牌所扮演的角色與品牌權益的重要性；(2)學習策略性品牌管理的規劃架構與執行準則，學習如何持續地進行品牌建立的工作；(3)探討全球品牌管理的操作議題。 | | |
| | (1)to understand the role and the importance of a brand; (2) to learn the framework of strategic branding strategies and to recognize the practices of brand building; (3) to analyze the issues of global brand management. | | |

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 | 1.深入瞭解如何有效形成與執行全球品牌管理的重要概念、思考架構與理論基礎。 | 1. To build up an in-depth understanding of the concepts, frameworks, and theories that form and execute the global brand management effectively. | C2 | ABD |
| 2 | 2.發展出能研究全球品牌管理相關議題的分析能力 | 2. To develop analytical ability to study international strategy global brand issues | C4 | ABCD |
| 3 | 3.能評價全球品牌管理執行的有效性 | 3. To evaluate the global brand management implementation effectiveness | C5 | ABD |
| 4 | 4.能建構一個關於全球品牌管理的方案 | 4. To conduct a global branding strategy plan | C6 | ABCD |

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 | 1.深入瞭解如何有效形成與執行全球品牌管理的重要概念、思考架構與理論基礎。 | 講述、賞析 | 紙筆測驗、報告、上課表現 |
| 2 | 2.發展出能研究全球品牌管理相關議題的分析能力 | 講述、討論、賞析、實作 | 紙筆測驗、實作、報告、上課表現 |
| 3 | 3.能評價全球品牌管理執行的有效性 | 講述、討論、賞析、問題解決 | 實作、報告、上課表現 |
| 4 | 4.能建構一個關於全球品牌管理的方案 | 討論、賞析、模擬、實作 | 實作、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 | 102/02/18~ 102/02/24 | 課程介紹 | |
| 2 | 102/02/25~ 102/03/03 | 和平紀念日放假一天 | |
| 3 | 102/03/04~ 102/03/10 | 品牌導論 | |
| 4 | 102/03/11~ 102/03/17 | 品牌權益(一) | |
| 5 | 102/03/18~ 102/03/24 | 品牌權益(二) | |
| 6 | 102/03/25~ 102/03/31 | 品牌知識架構 | |
| 7 | 102/04/01~ 102/04/07 | 教學行政觀摩日 | |
| 8 | 102/04/08~ 102/04/14 | 選擇品牌要素以建立品牌權益 | |
| 9 | 102/04/15~ 102/04/21 | 建立品牌權益的行銷計劃 | |
| 10 | 102/04/22~ 102/04/28 | 期中考試週 | |
| 11 | 102/04/29~ 102/05/05 | 運用整合行銷溝通建立品牌權益(一) | |
| 12 | 102/05/06~ 102/05/12 | 運用整合行銷溝通建立品牌權益(二) | |

| | | | |
|--------------|---|--------------|--|
| 13 | 102/05/13~ 102/05/19 | 運用品牌聯想建立品牌權益 | |
| 14 | 102/05/20~ 102/05/26 | 品牌策略 | |
| 15 | 102/05/27~ 102/06/02 | 新品牌的引進與命名 | |
| 16 | 102/06/03~ 102/06/09 | 品牌延伸 | |
| 17 | 102/06/10~ 102/06/16 | 全球品牌策略 | |
| 18 | 102/06/17~ 102/06/23 | 期末考試週 | |
| 修課應 注意事項 | 最好是修過行銷學或行銷管理相關課程。 | | |
| 教學設備 | 電腦、投影機 | | |
| 教材課本 | 策略品牌管理, 第三版, 徐世同編譯, 華泰文化出版 | | |
| 參考書籍 | | | |
| 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： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈個案研究與報告〉：20.0 % | | |
| 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。 ※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。 | | |