

淡江大學 102 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、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。</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	A
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	P4	CD
4	國際視野與創新能力	Expand student's horizons and increase innovativeness	A4	DEF

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	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	報告、上課表現
4	國際視野與創新能力	講述、討論、問題解決	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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◆ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◆ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◆ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◆ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◇ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/09/16~ 102/09/22	中小企業及環境趨勢	
2	102/09/23~ 102/09/29	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	102/09/30~ 102/10/06	文創產業之機會-與地方產業之結合	作業:品牌產品矩陣
4	102/10/07~ 102/10/13	STP 介紹與應用-金字塔基層與頂層	
5	102/10/14~ 102/10/20	品牌與品牌管理	作業:品牌組合
6	102/10/21~ 102/10/27	品牌權益	
7	102/10/28~ 102/11/03	品牌識別	作業:品牌元素
8	102/11/04~ 102/11/10	品牌元素與風格設計	
9	102/11/11~ 102/11/17	品牌元素與風格設計	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	品牌策略	作業:品牌角色
12	102/12/02~ 102/12/08	品牌溝通與實務	

13	102/12/09~ 102/12/15	中小企業參訪	
14	102/12/16~ 102/12/22	品牌延伸	作業:品牌延伸
15	102/12/23~ 102/12/29	演講:中小企業品牌之創造	
16	102/12/30~ 103/01/05	品牌老化與再造/品牌權益的持續創造	作業:品牌強化
17	103/01/06~ 103/01/12	品牌評論--分組綜合報告	
18	103/01/13~ 103/01/19	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 品牌管理-策略性思考與實踐 丁瑞華 高立圖書		
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: % ◆期中評量: % ◆期末評量: 20.0 % ◆其他〈分組報告〉: 60.0 %		
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。		