

淡江大學 102 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	品牌管理專題研討	授課 教師	李月華 LEE, YUEH-HUA
	BRAND MANAGEMENT STUDY		
開課系級	管科一博士班 A	開課 資料	選修 單學期 3學分
	TLGXD1A		
系（所）教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 決策分析能力。</p> <p>B. 統計分析能力。</p> <p>C. 財經分析能力。</p> <p>D. 組織經營管理能力。</p> <p>E. 團隊合作能力。</p> <p>F. 自我管理能力。</p> <p>G. 道德倫理能力。</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	培養學生企業研究方法之基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of Business Research	C2	A
2	資料分析統整能力	Enhance student's ability of market survey and problem-solving	P4	AB
3	具有博士研究理論及方法學習之能力	Enhancing the capability of scientific research design and the knowledge of methodology	A5	DF

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	培養學生企業研究方法之基本知識	講述、討論	報告、上課表現
2	資料分析統整能力	講述、討論	報告、上課表現
3	具有博士研究理論及方法學習之能力	講述、討論、賞析	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	Theory in Brand Management research & Research design	
2	102/09/23~ 102/09/29	Customer-based brand equity	期刊一篇
3	102/09/30~ 102/10/06	Brand value chain	期刊一篇
4	102/10/07~ 102/10/13	How to design CBBE-related questionnaire	homework
5	102/10/14~ 102/10/20	The validity and reliability of measurement	homework
6	102/10/21~ 102/10/27	Student Report	
7	102/10/28~ 102/11/03	Brand portfolio	期刊一篇
8	102/11/04~ 102/11/10	Mid-term Test	
9	102/11/11~ 102/11/17	Customer Equity	
10	102/11/18~ 102/11/24	Brand extention	期刊一篇
11	102/11/25~ 102/12/01	Brand Alliance	期刊一篇
12	102/12/02~ 102/12/08	Brand valuation : Developing a brand equity measurement and management system	期刊一篇

13	102/12/09~ 102/12/15	Brand valuation : Developing a brand equity measurement and management system	期刊一篇
14	102/12/16~ 102/12/22	Corporate brand management	
15	102/12/23~ 102/12/29	Student Report	
16	102/12/30~ 103/01/05	SEM Model	homework
17	103/01/06~ 103/01/12	SEM Model	
18	103/01/13~ 103/01/19	Final test	
修課應 注意事項	事前閱讀指定文章及查詢相關資料		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	解析質性研究法與資料 偉伯文化 質性研究法-社會情境的觀察與分析 學富文化 Strategic brand management 3rd Edition by Keller 華泰書局		
參考書籍	社會科學 - 質的研究 陳向明 五南		
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：    % ◆其他〈論文討論〉：60.0 %		
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/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a> 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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>		