

淡江大學 108 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	蔡志弘 TSAI CHIH-HONG
	GLOBAL BRAND MANAGEMENT		
開課系級	國企系進學三A	開課 資料	實體課程 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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：40.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：20.00)</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00)</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：20.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：30.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：20.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：30.00)</p>			
課程簡介	<p>在代工製造業毛利越來越低的時代，如何提升附加價值，為台灣企業最重要的任務，從HTC智慧手機全球的營運，華碩在歐洲市場以至旺旺食品在大陸的行銷成功，在皆顯示出建立品牌是台灣企業升級的關鍵，尤其本課程將深入分析在ECFA簽訂後以及進行的“TPP”“RCEP”經濟整合協定的可能參加對台灣企業的挑戰與機會。</p>		
	<p>As the margin of gross profit getting lower, how to increase the added values is the most important purpose for Taiwan business. From global marketing of HTC, European operation of Asus and successful brand of Wang Wang food in China indicates brand creation is the key to upgrade Taiwan business. Especially this course will deeply evaluate the challenge and chance of ECFA and possible participations of "TPP" AND"RCEP" for Taiwan business.</p>		

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	教導如何運用全球品牌, 經營國際品牌, 管理行銷通路。	How to build global brand.How to operate international brand.How

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCD	1235	講述、討論、模擬、問題解決	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)、活動參與

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/03/02~ 109/03/08	序論	
2	109/03/09~ 109/03/15	和平紀念日 (放假一天)	
3	109/03/16~ 109/03/22	全球市場與區域經濟：品牌與代工	
4	109/03/23~ 109/03/29	21世紀實際行銷策略：整合行銷	
5	109/03/30~ 109/04/05	消費者行為：綠色,客制化行為	
6	109/04/06~ 109/04/12	全球品牌經營；品牌成功與失敗實例	
7	109/04/13~ 109/04/19	春假	
8	109/04/20~ 109/04/26	行銷通路策略與管理	
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考試週	
10	109/05/04~ 109/05/10	產品創新	
11	109/05/11~ 109/05/17	品牌定位	
12	109/05/18~ 109/05/24	品牌組合	

13	109/05/25~ 109/05/31	品牌國際化	
14	109/06/01~ 109/06/07	產品行銷	
15	109/06/08~ 109/06/14	專題討論	
16	109/06/15~ 109/06/21	品牌價值	
17	109/06/22~ 109/06/28	期末考試週(本學期期末考試日期 為:109/6/18-109/6/24)	
18	109/06/29~ 109/07/05	教師彈性補充教學： 品牌再造實例	
修課應 注意事項	<p>1.學生分組：每次上課先由同學進行分組報告，之後由老師引言針對課程授課。</p> <p>2.期中期末報告須知：</p> <p>(1).各組需選擇一項產品創新標的，可為現有產品之改良或新產品。需進行資料收集,分析，提出產品設計,開發計劃,上市策略,預期效益，作為期中報告。</p> <p>(2).期末報告為品牌創造企劃，針對期中報告之新產品（或改良產品），提出品牌建立企劃，包含策略與執行方案。</p>		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	<p>1.Linda Gorchels 著，戴維儂譯，產品經理的第一本書 (The product manager's handbook),台北市：麥格羅希爾，民94.</p> <p>2.社群媒體行銷操作：最佳實務，大是文化有限公司，作者：陳哲奇，2014年12月29日</p>		
參考文獻	<p>1.洪順慶著，台灣品牌競爭力：台灣企業從代工走向自創品牌的策略，台北市：天下雜誌出版，民95. 2.Aaker等著，高登第譯，品牌管理（哈佛商業管理評論精選）台北市：天下遠見出版，民90. 3.Howard Moskowitz&AlexCofman著，何信慧譯，藍色大象也能賣--如何預知顧客需求，打造未來的明星商品，台北市：培生出版社，民98. 4.史祥恩,喬. 惠勒著，郭菟玲 譯，創造顧客感動的品牌管理，台北市：哈佛管理叢書，民94. 5.Mark Blair等著，江惠頌譯，品牌管理——奧美360°品牌傳播管理，台北市：滾石文化出版社，民94. 6.楊瑪利著，台灣7—ELEVEN創新行銷學，台北市：天下雜誌出版，民94. 7.霍華. 蕭茲. 朵莉. 瓊斯楊 著，STARBUCKS咖啡王國傳奇，台北市：聯經，民87. 8.何琦瑜著，就是要美麗，台北市：天下文化出版，民94.</p>		
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	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：40.0 %</p> <p>◆其他〈 〉： %</p>		
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。</p> <p>※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。</p>		