

淡江大學 108 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	品牌經營與管理	授課 教師	李月華 LEE, YUEH-HUA
	BRAND MANAGEMENT		
開課系級	企管二碩士班 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 3學分
	TLCXM2A		
系 (所) 教育目標			
<p>一、強化專業知識。</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>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>B. 能獨立企劃、研究與撰寫研究報告。(比重：50.00)</p> <p>D. 能整合資訊應用與服務解決企業管理相關問題。(比重：50.00)</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：50.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：50.00)</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	培養學生品牌管理之基本知識	Introduce the fundamental concepts and elements of brand concept
2	顧客觀點分析基本能力	Enhance student's ability of consumer insight and problem-solving
3	培育學生具備企劃能力	Intensify student's planning and decision-making skill
4	國際視野與創新能力	Expand student's horizons and increase innovativeness

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	BD	15	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
2	認知	BD	15	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
3	技能	BD	15	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)
4	情意	BD	15	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	109/03/02~ 109/03/08	品牌課程介紹及品牌管理、各型態品牌	
2	109/03/09~ 109/03/15	品牌權益之建構、品牌金字塔	
3	109/03/16~ 109/03/22	品牌定位與品牌價值鏈	
4	109/03/23~ 109/03/29	選擇品牌元素建構品牌權益	
5	109/03/30~ 109/04/05	品牌設計	
6	109/04/06~ 109/04/12	聯想圖、品牌能見度&社群KOL	網紅

7	109/04/13~ 109/04/19	文創品牌與科技品牌(商業模式 &生態)	luckin coffee, Google or Aanzon醫療
8	109/04/20~ 109/04/26	新產品的導入、命名與品牌延伸	
9	109/04/27~ 109/05/03	期中考	
10	109/05/04~ 109/05/10	報告:品牌建立及發展過程	
11	109/05/11~ 109/05/17	品牌組合	
12	109/05/18~ 109/05/24	新品牌建立-virus marketing	
13	109/05/25~ 109/05/31	演講-多品牌管理	
14	109/06/01~ 109/06/07	衡量品牌權益效果及市場績效	
15	109/06/08~ 109/06/14	SEM操作與品牌權益來源分析、品牌再造	
16	109/06/15~ 109/06/21	台灣中小企業品牌建立-ingredient brand ; 品牌危機	隱形冠軍
17	109/06/22~ 109/06/28	期末考:報告:品牌學術期刊之文章	
18	109/06/29~ 109/07/05	教師彈性補充教學	
修課應 注意事項	修課學生應隨堂攜帶教科書。 事前預習及不遲到早退。		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	品牌行銷與管理 彭建彰和呂旺坤著 華泰書局 策略品牌管理 3rd Edition 徐世同 編譯 華泰書局		
參考文獻	The New Strategic Brand Management 3rd Edition 2004 JEAN-NOEL KAPFERER		
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: % ◆平時評量: 20.0 % ◆期中評量: % ◆期末評量: 20.0 % ◆其他〈報告2次〉: 60.0 %		
備考	「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。 ※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。		