

淡江大學 1 1 1 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	全球品牌管理	授課 教師	蔡依瑩 TSAI, YI-YING
	GLOBAL BRAND MANAGEMENT		
開課系級	國企系經營三A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLFAB3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
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：30.00)</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：30.00)</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：15.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：12.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：18.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：20.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：20.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：5.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「品牌管理」與「國際企業」的專業知識。
	To oversee the trend and foresee the development of global marketing strategies, and to produce the graduates with expertise in the fields of international business.

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	審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「品牌管理」與「國際企業」的專業知識。	This course provides concepts of global brand management, and to explain why brand are important. The class emphasizes the applications and tactics by means of realistic cases rather than theoretical issue. Students are expected to capable of explaining how branding applies to real market and understand challenge and opportunities in the job market.

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	12345678	講述、討論、發表	測驗、作業、討論(含課堂、線上)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	111/09/05~ 111/09/11	課程介紹	
2	111/09/12~ 111/09/18	以顧客為本的品牌權益與品牌定位	
3	111/09/19~ 111/09/25	品牌共鳴與品牌價值鏈	
4	111/09/26~ 111/10/02	選擇品牌元素建構品牌權益	
5	111/10/03~ 111/10/09	設計行銷放案件購品牌權益	

6	111/10/10~ 111/10/16	整合行銷溝通建立品牌權益	
7	111/10/17~ 111/10/23	在數位時代打造品牌	
8	111/10/24~ 111/10/30	借用輔助品牌聯想建構品牌權益	
9	111/10/31~ 111/11/06	發展品牌權益衡量與管理系統	
10	111/11/07~ 111/11/13	期中考試週	
11	111/11/14~ 111/11/20	衡量品牌權益來源:採取顧客的心智集	
12	111/11/21~ 111/11/27	衡量品牌權益結果:探究市場績效	
13	111/11/28~ 111/12/04	設計與執行品牌結構策略	
14	111/12/05~ 111/12/11	新產品的導入、命名與品牌延伸	
15	111/12/12~ 111/12/18	與時俱進管理品牌	
16	111/12/19~ 111/12/25	跨地理區域與市場區隔的品牌管理	
17	111/12/26~ 112/01/01	個案討論	
18	112/01/02~ 112/01/08	期末考試週(本學期期末考試日期為:112/1/3-112/1/9)	
修課應 注意事項	1.準時到課加分 2.上課勿使用手機 3.課程進行中勿私下談話影響其他同學授課權益 4.出席率佔70%;每堂課必點名;以求公平		
教學設備	(無)		
教科書與 教材	楊景傳-策略品牌管理(Keller/Strategic Brand Mgmt 5e)/5e/2021		
參考文獻			
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：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %		
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。		