

淡江大學 1 1 1 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	文化品牌經營與全球行銷	授課 教師	李昌益
	THE CULTURE BRAND MANAGEMENT AND GLOBAL MARKETING		
開課系級	共同科—文 B	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGAXB0B		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG11 永續城市與社區 SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、培養學生成為具人本關懷與科學精神之知識份子。 二、培養知識管理與文化創意之人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 文創產業知識的應用能力。(比重：10.00) B. 語文表達能力。(比重：5.00) C. 歷史詮釋能力。(比重：5.00) D. 文獻解讀能力。(比重：5.00) E. 媒體傳播應用能力。(比重：40.00) F. 美學鑑賞與應用能力。(比重：5.00) G. 創意思考能力。(比重：30.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：25.00) 2. 資訊運用。(比重：25.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：15.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：15.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	藉由實際操作/如何建立文化品牌行銷系統思考及實作：品牌建立實務的14堂課 1.什麼是品牌/?什麼是行銷?定位定位的重要性 4堂 2.如何建立品牌 甚麼是文化品牌 ?如何實際操作行銷策略及操作概念分組及案例實作 4堂 3.文創品牌建立與應用 (ex 案例參訪 /北流/北藝/台中歌劇院參訪) 4堂 4.如何應用傳播 /媒體/語文表達報告/演講/開記者會 如何策畫上市活動執行/ 4堂
	How can we build the branding via strategic planning development and executions. The 16 branding courses 1. What's the branding ?Whta's positioning ? marekting & marketer 2. How to build the brand /Culture branding? /Cases stady 3. Culture branding cases stady /visit /interview 4. How to executing the branding and marketing via media ?

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	協助學員了解品牌建立實務 認知行銷目標	To assit and establish brand strategy and execution

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	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表、實作	測驗、作業、討論(含課堂、線上)、實作、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	112/02/13~112/02/19	藉由實際操作/如何建立文化品牌行銷系統思考及實作：介紹品牌建立實務的16堂課 1.什麼是品牌/?什麼是行銷?定位定位的重要性	課程介紹分組
2	112/02/20~112/02/26	什麼是行銷及企業策略及定位的重要性	
3	112/02/27~112/03/05	品牌及產品建立案例 Case Study 案例	
4	112/03/06~112/03/12	如何建立品牌價格策略架構及/本學期報告實際操作品牌小組內容	小組第一次報告
5	112/03/13~112/03/19	文創產業應用及參訪#1 ex. 北流 北藝 文化品牌實地參訪	

6	112/03/20~ 112/03/26	文創產業與招商策略	
7	112/03/27~ 112/04/02	文創產業本質/美學本質/歷史詮釋/	Guest speaker
8	112/04/03~ 112/04/09	文化創意思考流程及實務	
9	112/04/10~ 112/04/16	流行文化/全球文化品牌案例討論	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	品牌創業財務分析獲利模式	
12	112/05/01~ 112/05/07	品牌通路策略 /小組報告進度2	
13	112/05/08~ 112/05/14	媒體策略與執行	
14	112/05/15~ 112/05/21	Event 與上市活動規劃與執行	
15	112/05/22~ 112/05/28	文化品牌與ESG 策略 /小組Interview 與報告輔導	
16	112/05/29~ 112/06/04	小組學期分組報告#1	
17	112/06/05~ 112/06/11	小組學期分組報告#2	
18	112/06/12~ 112/06/18	期末考試週	
修課應 注意事項	需分組 分組人數4-5人		
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材	Positioning 定位 賴茲區特著 行銷理論		
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： 10.0 %   ◆平時評量：10.0 %   ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈30%小組報告〉：30.0 %		
備考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="https://info.ais.tku.edu.tw/csp">https://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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>		