

淡江大學 112 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	顏瑋志 YEN, WEI-CHIH
	THE CULTURE BRAND MANAGEMENT AND GLOBAL MARKETING		
開課系級	共同科—文 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TGAXB0A		
課程與SDGs 關聯性	SDG11 永續城市與社區		
系（所）教育目標			
<p>一、培養學生成為具人本關懷與科學精神之知識份子。</p> <p>二、培養知識管理與文化創意之人才。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 文創產業知識的應用能力。(比重：10.00)</p> <p>B. 語文表達能力。(比重：5.00)</p> <p>C. 歷史詮釋能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 文獻解讀能力。(比重：5.00)</p> <p>E. 媒體傳播應用能力。(比重：40.00)</p> <p>F. 美學鑑賞與應用能力。(比重：5.00)</p> <p>G. 創意思考能力。(比重：30.00)</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：25.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：25.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：5.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：5.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：15.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：15.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	本課程將探討文化品牌經營與全球行銷的關鍵議題，透過理論與實務結合的方式，深入了解文化品牌的本質及全球市場的運作模式。課程將分為三個主要部分：品牌構成與價值主張的認識、品牌內的文化元素與文化與品牌的關係探索、全球行銷案例的分析與專題實作。
	This course will explore key issues in cultural branding and global marketing, combining theory and practice to provide an in-depth understanding of brand essence and the operating models of global markets. The course will be divided into three main parts: understanding brand composition and value proposition, exploring cultural elements within brands and the relationship between culture and branding, and analyzing and implementing global marketing cases.

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	結合理論與實務，透過案例分析、小組討論和實作任務，讓學生全面了解文化品牌經營與全球行銷的精髓，並培養其解決問題和創新思維能力	Integrating theory with practice, through case analysis, group discussions, and practical tasks, this course aims to provide students with a comprehensive understanding of the essence of cultural branding and global marketing. It also aims to cultivate their problem-solving and innovative thinking skills.

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	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	113/02/19~ 113/02/25	課程設計概念說明	
2	113/02/26~ 113/03/03	介紹Persona人物誌的研究方法，說明課程原則。	
3	113/03/04~ 113/03/10	探索品牌資產與品牌消費者分析	

4	113/03/11~ 113/03/17	探索品牌識別的構成與應用	
5	113/03/18~ 113/03/24	認識商業模式圖	
6	113/03/25~ 113/03/31	認識產品分析	
7	113/04/01~ 113/04/07	教學觀摩	
8	113/04/08~ 113/04/14	認識品牌黃金圈溝通	
9	113/04/15~ 113/04/21	認識品牌定位	
10	113/04/22~ 113/04/28	期中個人品牌心得報告分享與分組	
11	113/04/29~ 113/05/05	專題分享：內容品牌的經營與行銷	
12	113/05/06~ 113/05/12	精品市場營運與背後的文化意涵	
13	113/05/13~ 113/05/19	科技品牌經營與全球行銷	
14	113/05/20~ 113/05/26	零售通路與文化美學推廣	
15	113/05/27~ 113/06/02	韓流如何襲捲全球市場	
16	113/06/03~ 113/06/09	專題實作	
17	113/06/10~ 113/06/16	期末考試週(本學期期末考試日期 為:113/6/11-113/6/17)	
18	113/06/17~ 113/06/23	期末報告發表	
課程培養 關鍵能力	自主學習、國際移動、問題解決		
跨領域課程	授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者 進行知識(教學)分享		
特色教學 課程	專案實作課程		
課程 教授內容	邏輯思考		
修課應 注意事項	配合課程進度進行分組與討論		

<p>教科書與 教材</p>	<p>自編教材:簡報 教材說明: 教師自編講義 採用他人教材:學習單 教材說明: 建議延伸閱讀書籍</p>
<p>參考文獻</p>	
<p>學期成績 計算方式</p>	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %</p>
<p>備 考</p>	<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。 ※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>