

淡江大學 112 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	中小企業品牌經營實務	授課 教師	莊銘中 CHUANG MING-CHUNG
	BRAND MANAGEMENT PRACTICES IN SMES		
開課系級	企管進學班三A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLCXE3A		
課程與SDGs 關聯性	SDG9 產業創新與基礎設施 SDG17 夥伴關係		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、熟悉專業知能。</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>A. 能理解企業管理基本學理知識。(比重：30.00)</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。(比重：10.00)</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。(比重：30.00)</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。(比重：20.00)</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。(比重：10.00)</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：10.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：30.00)</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：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：30.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	提供一完整架構來探討如何建立、衡量、管理及打造品牌。以顧客為本的品牌權益模型之外，案例來討論策略品牌管理的最新議題，以顧客為本的品牌權益，並探討策略品牌管理的最新議題強調數位品牌行銷的重要性，並闡述在數位時代打造品牌的關鍵成功要素。整合最新的品牌學術研究結果與打造品牌的實務準則。
	Constructing customer-oriented brand equity, and discussing the latest issues of strategic brand management, emphasizing the importance of digital brand marketing, and explaining the key success factors for brand building in the digital age.

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	討論策略品牌管理的最新議題，以顧客為本的品牌權益，並探討策略品牌管理的最新議題強調數位品牌行銷的重要性，並闡述在數位時代打造品牌的關鍵成功要素。	Constructing customer-oriented brand equity, and discussing the latest issues of strategic brand management, emphasizing the importance of digital brand marketing, and explaining the key success factors for brand building in the digital age. Integrate the latest academic research results of branding and practice guidelines for brand building.
2	瞭解熟悉品牌操作	Understand and familiarize yourself with brand operations

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	ABCDE	12345678	講述	測驗、討論(含課堂、線上)
2	認知	ABCDE	12345678	講述、討論	測驗、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	113/02/19~ 113/02/25	課程介紹	
2	113/02/26~ 113/03/03	228連假	
3	113/03/04~ 113/03/10	品牌價值	
4	113/03/11~ 113/03/17	品牌識別	

5	113/03/18~ 113/03/24	品牌權益	
6	113/03/25~ 113/03/31	品牌元素	
7	113/04/01~ 113/04/07	清明節連假	
8	113/04/08~ 113/04/14	品牌聯想	
9	113/04/15~ 113/04/21	期中考試週	
10	113/04/22~ 113/04/28	品牌故事	
11	113/04/29~ 113/05/05	品牌行銷	
12	113/05/06~ 113/05/12	品牌組合	
13	113/05/13~ 113/05/19	品牌關係	
14	113/05/20~ 113/05/26	品牌延伸	
15	113/05/27~ 113/06/02	個案研討	
16	113/06/03~ 113/06/09	個案研討	
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	教師彈性教學週(應安排學習活動如補救教學、專題學習或者其他教學內容, 不得放假)	
課程培養 關鍵能力	自主學習、人文關懷		
跨領域課程	素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics))		
特色教學 課程	專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 永續議題		
修課應 注意事項	出席高加分 期中與期末開放性考題不需死記		
教科書與 教材	採用他人教材:教科書 教材說明: 品牌管理 司徒達賢 普林斯頓		

參考文獻	
學期成績 計算方式	◆出席率： 40.0 %   ◆平時評量：30.0 %   ◆期中評量：15.0 % ◆期末評量：15.0 % ◆其他〈 〉：        %
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>