

淡江大學 114 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	品牌策略與行銷實務	授課 教師	李昌益
	BRAND STRATEGY AND MARKETING PRACTICES		
開課系級	大傳四 A	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TAMXB4A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG17 夥伴關係		
系（所）教育目標			
一、培養「說故事」與「行銷傳播」專業之傳播人才。 二、訓練具「跨媒體、跨領域」訊息處理專業之傳播人才。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 溝通力：具備協調、溝通與團隊合作之能力，以完成「內容產製」與「文化行銷」之提案。(比重：20.00) B. 道德力：具備「內容產製」與「文化行銷」之基本倫理與道德。(比重：10.00) C. 解析力：具備理解、評析媒介趨勢與產業現況之能力。(比重：20.00) D. 創造力：具備邏輯思考與創意能力，以發掘、分析及解決「內容產製」與「文化行銷」相關之議題。(比重：20.00) E. 行動力：具備結合傳播理論與實務之能力，以完成企劃設計與執行傳播實務。(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：20.00) 2. 資訊運用。(比重：10.00) 3. 洞悉未來。(比重：10.00) 4. 品德倫理。(比重：10.00) 5. 獨立思考。(比重：10.00) 6. 樂活健康。(比重：1.00) 7. 團隊合作。(比重：20.00) 8. 美學涵養。(比重：10.00)			

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 ?What's positioning ? marketing & marketer 2. How to build the brand /Culture branding? /Cases study 3. Culture branding cases study /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 assist 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	ABCDE	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	114/09/15~114/09/21	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	114/09/22~114/09/28	什麼是行銷及企業策略及定位的重要性	
3	114/09/29~114/10/05	品牌及產品建立案例 Case Study 案例	
4	114/10/06~114/10/12	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	
5	114/10/13~114/10/19	文創產業應用及參訪#1 ex. 北流 北藝 文化品牌實地參訪	

6	114/10/20~ 114/10/26	文創產業與招商策略	
7	114/10/27~ 114/11/02	文創產業本質/美學本質/歷史詮釋/	
8	114/11/03~ 114/11/09	文化創意思考流程及實務	
9	114/11/10~ 114/11/16	流行文化/全球文化品牌案例討論	
10	114/11/17~ 114/11/23	期中評量週	
11	114/11/24~ 114/11/30	品牌創業財務分析獲利模式	
12	114/12/01~ 114/12/07	品牌通路策略 /小組報告進度2	
13	114/12/08~ 114/12/14	媒體策略與執行	
14	114/12/15~ 114/12/21	Event 與上市活動規劃與執行	
15	114/12/22~ 114/12/28	文化品牌與ESG 策略 /小組Interview 與報告輔導	
16	114/12/29~ 115/01/04	小組學期分組報告#1	
17	115/01/05~ 115/01/11	小組學期分組報告#2	
18	115/01/12~ 115/01/18	教師彈性教學週	
課程培養 關鍵能力		自主學習、國際移動、資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域	
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 永續議題	
修課應 注意事項		需分組，分組人數4-5人	
教科書與 教材		自編教材：簡報、講義	
參考文獻			

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： https://web2.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。 ※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科 書，勿非法影印他人著作，以免觸法。