

# 100-1 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	國際品牌管理	科目序號 / 代號	2773 / IBB2021
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班4年1班
任課教師	陳首全	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(四)ABC / B301	授課語言別	中文

## 課程簡介

品牌管理 ( Brand Management ; BM ) 乃行銷的一個重要議題。然而BM的內容基本上仍是建立在行銷管理的基本架構上，可從關係觀點 ( relational view )、人際關係、心理學、社會學來探討各項行銷活動，因此其範圍包括規劃、設計、執行及稽核等課題。

## 課程大綱

1. 品牌權益的定義及運用範疇。 2. 品牌知識架構。 3. 品牌要素。 4. 以行銷計劃建立品牌權益。 5. 以整合行銷溝通建立品牌權益。 6. 品牌聯想的相關議題。 7. 品牌策略新產品與品牌延伸。 8. 品牌管理的時間性及策略性

## 基本能力或先修課程

行銷管理

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  管理知識
-  整合應用
-  國際視野
-  社會倫理
-  溝通合作
-  創新思考

## 教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

管理知識	20%	培養學生具備基礎管理知識，並對資訊掌握、邏輯運用有基礎認知，具備基礎整合、規劃的能力。	講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 10% 期末考: 25% 課程參與度: 50% 書面報告: 15%	加總: 100	20
整合應用	15%		講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 10% 期末考: 25% 課程參與度: 50% 書面報告: 15%	加總: 100	15
國際視野	20%		講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 10% 期末考: 25% 課程參與度: 50% 書面報告: 15%	加總: 100	20
社會倫理	15%		講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 10% 期末考: 25% 課程參與度: 50% 書面報告: 15%	加總: 100	15
溝通合作	10%		講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 10% 期末考: 25% 課程參與度: 50% 書面報告: 15%	加總: 100	10
創新思考	20%		講述法 小組討論 個案討論 學生上台報告 專題報告	分組報告: 10% 期末考: 25% 課程參與度: 50% 書面報告: 15%	加總: 100	20

## 成績稽核

課程參與度: 50%

期末考: 25%

書面報告: 15%

分組報告: 10%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
策略品牌管理	Kevin L. Keller	徐世同	華泰文化出版社	0

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
品牌管理	朱延智		五南圖書出版社	0

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	國際品牌管理概念?課程簡介暨評分標準說明					
2	緒論					
3	以顧客為本的品牌權益					
4	品牌定位					
5	選擇品牌元素建構品牌權益					
6	設計行銷方案建構品牌權益					
7	整合行銷溝通建構品牌權益					
8	槓桿借用輔助品牌聯想建構品牌權益					
9	期中考試週					
10	發展一組品牌權益衡量與管理系統					
11	衡量品牌權益來源：探究顧客的心智					
12	衡量品牌權益結果：探究市場績效?分組報告					
13	設計與執行品牌打造策略?分組報告					
14	新產品命名與品牌延伸?分組報告					
15	與時推進管理品牌?分組報告					
16	跨地理邊界與市場區隔的品牌管理?分組報告					
17	如何打造品牌?分組報告					
18	期末考試週					