

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	產品品牌管理	科目序號 / 代號	2687 / IBB2010
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	蔡翠旭	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	(三)BCD / B203	授課語言別	中文

課程簡介

A.國際企業管理學系之教育目標：

- 1.結合理論與實務，落實知識應用與問題解決能力
- 2.培養國際觀，深化多元面向之思考、分析能力
- 3.紮實外語基礎，提升跨文化之理解與資料吸收能力
- 4.強化就業競爭職能，發展職場優勢之調適能力

B.管理學院之核心能力(SQ) - 四大構面(SCEP)：

- 1.S-解決問題能力 (洞析力、決策力、執行力)
- 2.C-溝通能力 (傾聽能力、表達能力)
- 3.E-倫理觀 (社會倫理、企業倫理、研究倫理)
- 4.P-專業能力 (管理專業-組織變革與管理的知識與技能)

C.國際企業管理學系之發展特色：

- 1.國際化視野
- 2.企業實務導向
- 3.管理核心職能

本課程目標：

根據國際企業管理學系之教育目標(A1、A2)及發展特色(C1、C2、C3)，本課程之設計主要讓學生學習以「顧客為本的品牌權益模型」之基本理論(B4)，接著，透過研讀產品品牌管理相關之專業期刊文獻，引導學生善用理論知識，以提升解決問題能力(B1)，除了強調專業能力(B4、B1)的培養外，其中亦訓練學生具備其他的核心能力(B2、B3)。

課程大綱

本課程主要在強調「組織變革與管理」之專業能力，並依據核心能力四大構面(S-解決問題能力、C-溝通能力、E-倫理觀、P-專業能力)，計劃於每週培養之核心能力及採用的授課方式，分述如下：

- 第一週：PE (講授)
- 第二週：PC (講授 + 討論)
- 第三週：PC (講授 + 討論)
- 第四週：EPSC (講授 + 討論)
- 第五週：EPC (講授 + 討論)
- 第六週：PC (講授 + 討論)
- 第七週：PESC (講授 + 討論)

第八週：PC(講授+討論)
 第九週：PC (講授 + 討論)
 第十週：PC (講授 + 討論)
 第十一週：PC (講授 + 討論)
 第十二週：PC (講授 + 討論)
 第十三週：PC (講授 + 討論)
 第十四週：PC (講授 + 討論)
 第十五週：PESC (講授 + 討論)
 第十七週：SEP (期末考)

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 校外參訪 個案討論 實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作 服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告 訪談人物 專題演講	分組報告: 10% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 同儕互評: 10% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 10% 專業服務過程: 10% 上網次數: 10%	加總: 100	20

整合應用	20%	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作 服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告 訪談人物 專題演講	分組報告: 10% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 同儕互評: 10% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 10% 專業服務過程: 10% 上網次數: 10%	加總: 100	20
國際視野	10%	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作 服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告 訪談人物 專題演講	分組報告: 10% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 同儕互評: 10% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 10% 專業服務過程: 10% 上網次數: 10%	加總: 100	10
社會倫理	10%	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作 服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告 訪談人物 專題演講	分組報告: 10% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 同儕互評: 10% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 10% 專業服務過程: 10% 上網次數: 10%	加總: 100	10

溝通合作	20%	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作 服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告 訪談人物 專題演講	分組報告: 10% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 同儕互評: 10% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 10% 專業服務過程: 10% 上網次數: 10%	加總: 100	20
創新思考	20%	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 實務操作(實驗、上機或實習等) 小組合作 服務學習 影片欣賞 學生上台報告 專題報告 訪談人物 專題演講	分組報告: 10% 作業: 10% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 同儕互評: 10% 小組合作狀況: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 10% 專業服務過程: 10% 上網次數: 10%	加總: 100	20

成績稽核

作業: 10%
 口頭報告: 10%
 分組報告: 10%
 同儕互評: 10%
 書面報告: 10%
 課堂討論: 10%
 課程參與度: 10%
 小組合作狀況: 10%
 專業服務過程: 10%
 上網次數: 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
Strategic Brand Management 策略品牌管理	Kevin Lane Keller	徐世同	華泰	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
無參考教材及專業期刊導讀				

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	簡介	50	30	10		10
2	c1	50	30	10		10
3	c2	50	30	10		10
4	c3	50	30	10		10
5	c4	50	30	10		10
6	c5	50	30	10		10
7	c6	50	30	10		10
8	c7	50	30	10		10
9	期中考週	50	30	10		10
10	校外參訪	50	30	10		10
11	c8	50	30	10		10
12	c9	50	30	10		10
13	c10	50	30	10		10
14	c11	50	30	10		10
15	c12	50	30	10		10
16	c13	50	30	10		10
17	期末報告	50	30	10		10
18	期末報告	50	30	10		10