

101-1 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	2915 / IBB2021
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	進修學士班3年1班
任課教師	陳善報	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(五)ABC / B201	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 小組合作 影片欣賞 學生上台報告	分組報告: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	20
整合應用	15%		講述法 小組討論 學生上台報告	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10%	加總: 100	15
國際視野	20%		講述法 個案討論 影片欣賞	期中考: 30% 期末考: 30% 作業: 10% 課堂討論: 20% 小組合作狀況: 10%	加總: 100	20
社會倫理	15%		講述法 個案討論 小組合作	分組報告: 10% 期中考: 20% 期末考: 20% 作業: 20% 課堂討論: 30%	加總: 100	15
溝通合作	10%		講述法 個案討論 小組合作	分組報告: 30% 作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 小組合作狀況: 20%	加總: 100	10
創新思考	20%		小組討論 小組合作 學生上台報告	分組報告: 20% 作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 小組合作狀況: 20%	加總: 100	20

成績稽核

期中考: 19.5%

期末考: 19.5%

課堂討論: 19.5%

作業: 12.5%

分組報告: 10.5%

小組合作狀況: 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
品牌管理	朱延智		五南圖書	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
品牌背後的故事:品牌經營策略與企業文化	艾伯特·羅斯契爾	黎曉旭	久石文化	0
牌牌原來一家親 - 日本品牌家族企業史	沈佳珊		台灣書房	0

上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程簡介 授課方式 評量方式	60		30		10
2	品牌設計與管理概論	60		30		10
3	品牌規劃	60		30		10
4	品牌設計	60		30		10
5	品牌行銷	60		30		10
6	品牌行銷	60		30		10
7	品牌經營策略	60		30		10
8	品牌經營策略	60		30		10
9	期中考			100		
10	品牌形象	60		30		10
11	品牌價值	60		30		10
12	品牌危機	60		30		10
13	品牌危機	60		30		10
14	品牌國際化	60		30		10
15	品牌國際化	60		30		10
16	品牌國際化	60		30		10
17	品牌故事	60		30		10
18	期末考			100		