

103-2 大葉大學 完整版課綱

基本資料			
課程名稱	國際品牌管理	科目序號/代號	2515 /IBB2021
必選修/學分數	選修 /3	上課時段/地點	(日)678 /B201
授課語言別	中文	成績型態	數字
任課教師 / 專兼任別	雷賀君 / 兼任	畢業班/非畢業班	非畢業班
學制/系所/年班	進修學士班 / 國際企業管理學系 /3年2班		

課程簡介與目標

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

-  整合應用
-  國際視野
-  溝通合作
-  創新思考
-  專業知識
-  企業倫理

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 】
整合應用	10	能呈現出相關知識、 技能與態度，能選擇有 效方法將所設定目標完 成，能有效地達成任務(職能)所賦予的要求。	講述法 個案討論	期中考: 50% 書面報告: 50%	加總: 100	10
國際視野	20	能夠檢視不同國家、 文化間的差異、且能 夠體會不同國家、文 化對個人行為、態度 和溝通的影響	講述法 個案討論	分組報告: 50% 書面報告: 50%	加總: 100	20
溝通合作	20	能向他人學習、教導 他人或對現狀進行檢討 反思，且能使用口語、 書面或其他形式適切地 表達，同時且具備參與 、溝通協調、合作之 精神，能在多元文化環 境中執行所交付的任務 。	講述法 小組合作	分組報告: 70% 課堂討論: 30%	加總: 100	20
創新思考	20	能以創新的思維來發現 問題及分析、解決問 題的能力。	個案討論 專題報告	分組報告: 60% 課堂討論: 40%	加總: 100	20
專業知識	10	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 個案討論	期中考: 50% 書面報告: 50%	加總: 100	10
企業倫理	20	瞭解專業倫理及社會責 任，培養自我省思及人 文關懷的能力	講述法 小組討論	分組報告: 50% 課堂討論: 50%	加總: 100	20

成績稽核

分組報告: 46%

課堂討論: 24%

書面報告: 20%

期中考: 10%

書籍類別

書名

作者

參考教材及專業期刊導讀 品牌管理

劉常寶

教科書

品牌行銷與管理

丁瑞華

上課進度

週次	教學內容	教學策略
1	品牌權益的定義及運用範疇 & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	講述法
2	品牌知識架構	講述法
3	品牌要素	講述法、 小組討論、 個案討論
4	品牌定位策略	講述法、 小組討論
5	以行銷計劃建立品牌權益	講述法、 小組討論、 小組合作
6	以整合行銷溝通建立品牌權益	講述法、 小組討論、 小組合作
7	品牌管理	講述法、 小組合作、 專題報告
8	期中考	考試
9	品牌架構	講述法、 小組合作
10	品牌聯想的相關議題	講述法、 小組討論、 小組合作
11	品牌策略新產品與品牌延伸	講述法、 個案討論、 小組合作、 專題報告
12	品牌管理的時間性及策略性	講述法、 個案討論
13	全球性品牌管理	講述法、 小組討論、 專題報告
14	品牌案例探討1	小組討論、 專題報告
15	品牌案例探討2	小組討論、 專題報告
16	品牌案例探討3	小組討論、 專題報告
17	品牌案例探討4	小組討論、 專題報告
18	期末專題報告	專題報告