

97-2 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	1191 / IBM4089
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部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)56 / B403 (四)4 / B403	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

成績稽核

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
無參考教科書				

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	Introduction	100				
2	Brand equity	30	30	30		10
3	positioning	30	30	30		10
4	select element and developing	30	30	30		10
5	markeing program	30	30	30		10
6	intergrating marketing activities	30	30	30		10
7	leverage resources to max. brand equity	30	30	30		10
8	unify and evaluation	30	30	30		10
9	consumer's prospective	30	30	30		10
10	market value	30	30	30		10
11	branding strategy	30	30	30		10
12	nameing and extending	30	30	30		10