

99-2 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	1674 / 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	張魁	專兼任別	專任
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	(二)234 / B504	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	課程介紹與學習評量說明	60	0	20	0	20
2	品牌與品牌管理	60	0	20	0	20
3	品牌權益	60	0	20	0	20
4	品牌定位	60	0	20	0	20
5	品牌元素	60	0	20	0	20
6	行銷方案	60	0	20	0	20
7	整合行銷溝通	60	0	20	0	20
8	品牌聯想	60	0	20	0	20
9	期中考	60	0	20	0	20
10	品牌衡量系統(一)	60	0	20	0	20
11	品牌衡量系統(二)	60	0	20	0	20
12	衡量品牌權益的來源	60	0	20	0	20
13	衡量品牌權益的結果	60	0	20	0	20
14	品牌建構策略	60	0	20	0	20
15	品牌延伸	60	0	20	0	20
16	期末報告	60	0	20	0	20
17	期末報告	60	0	20	0	20
18	期末考	60	0	20	0	20