

103-2 Preliminary Syllabus, Da-Yeh Univ

Information			
Title	國際品牌管理	Serial No. / ID	2515 / IBB2021
Dept.	國際企業管理學系	School System / Class	進修學士班3年2班
Lecturer	雷賀君	Full or Part-time	兼任
Required / Credit	Optinal / 3	Graduate Class	No
Time / Place	(日)678 /	Language	Chinese

Introduction
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。

Outline
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

Prerequisite
行銷管理