## 成績稽核

## 基本資訊

### 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

| 開課系所 | 管理學院 | 開課班級 | 大學日間部2年8班 |
|---|---|---|---|
| 任課教師 | 蔡翠旭 | 專兼任別 | 兼任 |

### 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

## 課程簡介

### 課程大綱

### 基本能力與先修課程

無

### 課程與系考試題

### 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 | 核心能力權重 | 學習成績【B】 | 期末學習成績【C=B*A】 |
|---|---|---|---|---|---|---|---|

無此教學計畫表資訊!

| 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 | 什麼是品牌？課程簡介暨評分標準說明 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 2 | 品牌與品牌管理 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 3 | 以顧客為本的品牌權益 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 4 | 品牌定位 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 5 | 選擇品牌元素建構品牌權益 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 6 | 設計行銷方案建構品牌權益 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 7 | 整合行銷溝通建構品牌權益 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 8 | 槓桿借用輔助品牌聯想建構品牌權益 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 9 | 產品試題 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 10 | 發展一組品牌權益衡量與管理系統 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 11 | 衡量品牌權益來源：探竟顧客的心智 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 12 | 衡量品牌權益結果：探究市場績效 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 13 | 設計與執行品牌打造策略 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 14 | 新產品命名與品牌延伸 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 15 | 與時推進管理品牌 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 16 | 跨地理邊界與市場區隔的品牌管理 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 17 | 全球品牌 | 60 | 10 | 10 | | 20 |
| 18 | 品牌未來 | 60 | 10 | 10 | | 20 |

page1

page2