

1002學期 課程基本資料/Course Information

系所 / 年級	經管系 3年級	課號 / 班別	82U00006 / B
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	品牌管理	科目英文名稱	Brand management
主要授課老師	黃原桂	開課期間	一學年之下學期
人數上限	72 人	已選人數	66人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / M016 / 星期5第03節
 第1週 / 第18週 / M016 / 星期5第04節
 第1週 / 第18週 / M016 / 星期5第02節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。
 Please observe Intellectual Property Rights (IPR), not to make illegal copies.

教學綱要/syllabus

第一部分/Part I(※依課程委員會審議之內容決議填入)

	基本素養/核心能力 Core Literacy/Core Competencies	相關性 Relevance	
		高度相關	中度相關
一、教學目標所要達成之能力培養項目： 【依據課程委員會審議通過之課程與基本素養/核心能力關聯表填寫】	創新與創造力	<input type="checkbox"/>	.
	領導與決策	<input type="checkbox"/>	.
	溝通與合作	<input type="checkbox"/>	.
	國際觀	<input type="checkbox"/>	.
	倫理與社會責任能力	.	<input type="checkbox"/>
	科技與作業管理能力	.	<input type="checkbox"/>
	行銷與網路商務能力	<input type="checkbox"/>	.
	組織與人力資源管理能力	<input type="checkbox"/>	.

二、教學目標 (Objective)

- 1.認知面：【使學生理解、應用、分析、綜合、比較、推論、評估本課程之理論與概念】：
教導學生認識品牌、管理品牌及品牌行銷，使學具備有全面品牌管理之專業知識。
- 2.技能面【使學生能獲得運用與實做本課程理論與概念之技巧】：
運用分組方式，由每組自實務中選取一個品牌，作書面及口頭報告，使學生從中獲取品牌理論與概念有關知識，並讓學生體驗團隊管理之重要。
- 3.情意面【能引發學生對本課程之興趣，激發學生學習動機，增加觸類旁通與自主學習】：

隨時利用周遭知名品牌為例，驗證品牌理論，藉此引發學生學習興趣。

三、符合教學目標之課程內容設計 品牌管理—策略性思考與實踐，丁瑞華著，普林斯頓國際有限公司出版，民國101年1月出版。

四、先修科目 (Pre Course) 管理學或企業管理

第二部分/Part II

- 一、多元教學方法 (Teaching Method)
- | | | |
|--------------------------------------------|----------------------------------------------|----------------------------------------|
| <input type="checkbox"/> 由學生自訂學習目標與抱負水準 | <input checked="" type="checkbox"/> 案例或故事討論 | <input checked="" type="checkbox"/> 講述 |
| <input type="checkbox"/> 服務學習 | <input checked="" type="checkbox"/> 學生課後書面報告 | <input type="checkbox"/> 參訪 |
| <input checked="" type="checkbox"/> 學生上台報告 | <input type="checkbox"/> 腦力激盪 | <input type="checkbox"/> 角色演練 |
| <input type="checkbox"/> 習題練習 | <input type="checkbox"/> 影片欣賞與討論 | <input type="checkbox"/> e化教學 |
| <input type="checkbox"/> 審議式民主 | <input type="checkbox"/> 觀察與資料收集 | <input type="checkbox"/> 其他 |
| <input type="checkbox"/> 學生實作 | <input type="checkbox"/> 小組討論 | |
| <input type="checkbox"/> 採訪 | | |
| <input type="checkbox"/> 一分鐘回饋 | | |

二、參考書目 (Reference)
 [符合教學目標之參考書目]

一、品牌行銷與管理，戴國良著，五南書局出版，第二版(民國99年3月二版)。
 二、品牌的秘密，南山宏之著，陳怡伶譯，旗標出版股份有限公司出版，民國99年10月出版。

2012/2/24	1.課程規劃。2.專題報告分組：每3~5人一組，選取一家知名公司做品牌管理報告。3.第一章：品牌與品牌管理。	黃原桂
2012/3/2	第二章：品牌權益。	黃原桂
2012/3/9	第三章：品牌識別。	黃原桂
2012/3/16	第四章：品牌定位策略。	黃原桂
2012/3/23	第五章：選擇品牌元素建立品牌權益。	黃原桂
2012/3/30	第六章：運用品牌次級聯想建立品牌權益。	黃原桂
2012/4/6	校慶補假一天。	黃原桂
2012/4/13	第七章：品牌行銷策略。	黃原桂
2012/4/20	期中考。	黃原桂
2012/4/27	第八章：品牌整合行銷溝通策略。	黃原桂
2012/5/4	第九章：品牌策略。	黃原桂
2012/5/11	第十章：品牌關係架構圖。	黃原桂
2012/5/18	第十一章：品牌延伸。	黃原桂
2012/5/25	第十二章：品牌老化與再生。	黃原桂
2012/6/1	專題報告。	黃原桂
2012/6/8	第十三章：全球性品牌管理。	黃原桂
2012/6/15	第十四章：品牌權益之評價。	黃原桂
2012/6/22	期末考。	黃原桂

三、教學進度 (Syllabi) [符合教學目標之教學進度]	評量方式	分數	評量方式	分數
	<input type="checkbox"/> 實作測驗	0	<input checked="" type="checkbox"/> 期中筆試	30
	<input type="checkbox"/> 隨堂筆試測驗	0	<input checked="" type="checkbox"/> 期末筆試	30
	<input type="checkbox"/> 小組作業	0	<input type="checkbox"/> 期中報告	0
四、多元評量方法 (Evaluation) [所勾選評量方法之評分加總為100分]	<input type="checkbox"/> 服務日誌	0	<input type="checkbox"/> 期末報告	0
	<input type="checkbox"/> 口試	0	<input checked="" type="checkbox"/> 專題報告	15
	<input type="checkbox"/> 個人上台報告	0	<input type="checkbox"/> 實作作品與反思	0
	<input checked="" type="checkbox"/> 小組上台報告	15	<input type="checkbox"/> 前後測比較進步與成長	0
	<input checked="" type="checkbox"/> 出席狀況	10	<input type="checkbox"/> 課堂參與與表現	0
	<input type="checkbox"/> 心得與反思報告	0	<input type="checkbox"/> 其他	0

五、講義位址 (http://)

[回上頁](#) [重新查詢](#)