

重新查詢

友善列印

### 0981學期 課程基本資料

系所 / 年級	經管系 3年級	課號 / 班別	82U00006 / A
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	陳穎修	開課期間	一學年之上學期
人數上限	65 人	已選人數	62人

### 起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / L006 / 星期3第05節  
第1週 / 第18週 / M506 / 星期3第08節  
第1週 / 第18週 / L006 / 星期3第06節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

### 教學綱要

This course is designed to help the students learn the modern brand concept. To provide an understanding of how brand is managed at different level of implementation and integration. For this course, you should be able to understand the main brand architecture of a business using the conceptual frameworks discussed in the course and constraints on the brand equity, brand position, brand extensions, and naming new product.

#### 一、教學目標(Objective)

#### 二、先修科目(Pre Course)

Marketing

#### 三、教材內容(Outline)

Keller, Kevin Lane (2008), Strategic Brand Management, the 3rd ed., Pearson, Prentice-Hall (華泰).TEL : (02)21621217#155

#### 四、教學方式(Teaching Method)

Lecture and Case Study

#### 五、參考書目(Reference)

- 1.Philip Kotler and Waldemar Pfoertsch (2007), B2B Brand Management
- 2.David Aaker (2004), Brand Portfolio Strategy
- 3.戴國良(2007),品牌行銷與管理,五南文化
- 4.彭建彰,呂旺坤(2004),品牌行銷與管理,華泰文化

2009/9/16	Course Introduction	陳穎修
2009/9/23	CHAPTER 1: Brands & Brand Management	陳穎修
2009/9/30	CHAPTER 2: Customer-Based Brand Equity	陳穎修
2009/10/7	CHAPTER 3: Brand Positioning & Values	陳穎修
2009/10/14	CHAPTER 4: Choosing Brand Elements To Build Brand Equity	陳穎修
2009/10/21	CHAPTER 5: Designing Marketing Programs To Build Brand Equity	陳穎修
	CHAPTER 6: Integrating Marketing Communications To Build	

六、教學進度(Syllabi)	2009/10/28	CHAPTER 6: Integrating Marketing Communications To Build Brand Equity	陳穎修
	2009/11/4	CHAPTER 7: Leveraging Secondary Brand Knowledge To Build Brand Equity	陳穎修
	2009/11/11	期中考	陳穎修
	2009/11/18	CHAPTER 8: Developing A Brand Equity Measurement And Management System	陳穎修
	2009/11/25	CHAPTER 9: Measuring Sources Of Brand Equity: Capuring Customer Mindset	陳穎修
	2009/12/2	CHAPTER 11: Designing And Implementing Branding Strategies	陳穎修
	2009/12/9	CHAPTER 12: Introducing And Naming New Products And Brand Extensions	陳穎修
	2009/12/16	CHAPTER 13: Managing Brands Over Time	陳穎修
	2009/12/23	CHAPTER 14: Managing Brands Over Geographic Boundaries And Market Segments	陳穎修
	2009/12/30	期末報告口頭發表	陳穎修
	2010/1/6	期末報告口頭發表	陳穎修
	2010/1/13	期末考	陳穎修

七、評量方式(Evaluation)

1.期中考、期末考各佔30%(以英文命題)。學生除了聽課外，需閱讀課本才能有效地吸收新知識，考試是配合學生閱讀課本的原動力，因此考試題目可能支微末節，但考試題目範圍均在課本內。2.每位同學必須做好課前的預習，上課時，同學應盡量針對主題提出問題並參與討論，尤其對其他同學的意見應集中精神聆聽，除了充分瞭解他人意見之外，並應提出自己的主張。(將列入平時成績考核)3.期末報告(即平時成績)以小組為單位，原則上為4人(視選課人數而定)，請針對上課內容找一家公司或一個品牌為例進行實例驗證，期末報告主題必須於11月15日之前提報老師確定。4.曠課一次扣總成績5%(無上限)，曠課4次期末考扣考。(嚴格執行)

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢