朝陽科技大學 091學年度第2學期教學大綱
Brand Planning 品牌規劃

當期課號	1795	**Course Number**	1795
授課教師	王桂沽	**Instructor**	WANG,KUEI TO
中文課名	品牌規劃	**Course Name**	Brand Planning
開課單位	視覺傳達設計系(四日)三A	**Department**	
修習別	選修	**Required/Elective**	Elective
學分數	2	**Credits**	2
課程目標	培養學生爲業者規劃產品/服務品牌應具備之情境分析、品牌規劃與評估之企劃執行能力。	**Objectives**	Develop the capability of practicing situation analysis and brand engineering for product/service brand.
教材	每周課程前半段由老師提供理論介紹或同學提供閱讀心得，後段全班分組實習，並藉此讓同學觀摩同儕的設計概念。本學期作業： 「文化品牌的新創意」— 1.以三～五位同學爲一小組。 2.兩個小組尋找一項既有的文化資源爲潛在產品。 3.以一個小組爲單位，針對尋得之資源重新定位、商品化，建立一個有創意的新品牌。 3.研擬品牌構想計畫書，呈現其潛在之可行性。 4.品牌命名（測試調查、定名） 5.品牌視覺系統設計 6.研擬品牌行銷傳播計畫，呈現具體之可行性。	**Teaching Materials**	Lecturing in first section of each class, works review followed. assignment of this semester: "New creativity of cultural brand"
成績評量方式	到課與課堂參與情形 30% 期中作業成績 30% 期末作業成績 40%	**Grading**	Class attending 30% Mid term 30% Final presentation 40%
教師網頁			
教學內容	讓同學理解品牌規劃的概念與實務技巧，結合概念設計的技巧與行銷的知識，實際體驗視覺行銷的效能。 本課程著重於資料的自我研讀與設計、傳播規劃的實習，讓同學從認識品牌的功能與重要性開始，以一學期的時間創造、規劃一套品牌，其間並置重心於設計測試與傳播計畫，引導同學以較科學的方式來做設計決定。 每周課程前半段由老師提供理論介紹或同學提供閱讀心得，後段全班分組實習，並藉此讓同學觀摩同儕的設計概念。	**Syllabus**	Introduce the theory of branding based on both marketing and aesthetics perspectives. With practical training throughout the semester, students are requested to create a new brand and complete a branding propodsal.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。