

朝陽科技大學 094學年度第1學期教學大綱  
Brand Planning 品牌規劃

|        |  |                    |  |
|--------|--|--------------------|--|
| 當期課號   | 3465   | Course Number      | 3465   |
| 授課教師   | 邱順應  | Instructor         |  |
| 中文課名   | 品牌規劃   | Course Name        | Brand Planning   |
| 開課單位   | 視覺傳達設計系(二進)三A  | Department         |  |
| 修習別    | 選修   | Required/Elective  | Elective   |
| 學分數    | 2  | Credits            | 2  |
| 課程目標   | 培養學生為業者規劃產品/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     | 1.自編教材<br>2.參考書目<br>Thomas Hine. (1995). "The Total Package", Back Bay Books.<br>宋秩銘等著，奧美的觀點，滾石文化，台北，民國85年。<br>石靈慧著，品牌魔咒：打造奢華名牌的Branding工程，高談文化，台北，民國94年。<br>黃文博著，品牌，原來如此！，經濟新潮社，台北，民國94年。<br>錢大慧等合著，BRAND 9：全球9大暢銷品牌廣告創意解析，滾石文化，台北，民國86年。<br>周樹芬譯，經營品牌，商周出版，台北，民國91年。<br>劉毅志譯，品牌定位，劉毅志發行，台北，民國77年。<br>梁曙娟譯，紫牛——讓產品自己說故事，商智出版，台北，民國92年。<br>邱順應譯，品牌魔力丸，藍鯨出版，台北，民國94年。 | Teaching Materials |  |
| 成績評量方式 | 成績評量方式：課程參與30%（包括出席率與表現度），期末 Presentation20%，期末集結的作品集50%。  | Grading            | Class participation 30%<br>Final presentation 20%<br>Final portfolio 50%   |
| 教師網頁   | -  |                    |  |
| 教學內容   | 透過雙線課程設計，讓同學瞭解品牌規劃的重點要素與創意原則，並透過同學親自培育、演練品牌之經驗，熟悉品牌照料與推廣之技巧（包括企畫書擬定與搭配之設計表現創作）。品牌之知識範疇甚大，本課程主聚焦在品牌視覺展現、設計傳達的部分。課程內容，前半段由老師提供品牌相關之理論、案例與作品給同學參照（例如「品牌定位」），後半段，則直接由同學演練或師生互動討論課堂及課後之品牌作業，來對照、驗收之前課堂提及之理論在現實實踐之成果（例如請同學為自己認養的品牌，書寫「品牌定位企畫單」）。   | Syllabus           | introduce and enhance the knowing of the principle and design-oriented application of branding based on case study and practical training (include branding plan-book & related creative execution). |

尊重智慧財產權，請勿非法影印。