朝陽科技大學 094學年度第2學期教學大綱
Brand Planning 品牌規劃

當期課號	1632	**Course Number**	1632
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(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	1.自編教材 2.參考書目 Thomas Hine. (1995). “The Total Package”, Back Bay Books. 宋秩銘等著，奧美的觀點，滾石文化，台北，民國85年。 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。 黃文博著，品牌，原來如此！，經濟新潮社，台北，民國94年。 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。 周樹芬譯，經營品牌，商周出版，台北，民國91年。 劉毅志譯，品牌定位，劉毅志發行，台北，民國77年。 梁曙娟譯，紫牛－－讓產品自己說故事，商智出版，台北，民國92年。 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：個人課程參與35%（包括出席率與表現度），期中報告15%，期末提案20%，期末集結的作品集30%。	**Grading**	Individual Class participation 35% Midterm Report 15% Final presentation 20% Final protfolio 30%
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設計創意原則，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（從擇定品牌開始，幫其找定位，診斷問題，進而提出建設性企畫及直接在設計上讓品牌改良與進化）。品牌之知識範疇甚大，本課程主聚焦在品牌的廣告策略、視覺規劃與設計傳達三大面向。	**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。