朝陽科技大學 099學年度第1學期教學大綱
Brand Planning 品牌規劃

當期課號	1923	**Course Number**	1923
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**	self-edited PPT self-edited handout Thomas Hine. (1995). “The Total Package”, Back Bay Books.
成績評量方式	成績評量方式：課程參與50%（包括出席率與課堂課後作業表現度），期中Presentation20%，期末集結的作品集30%。	**Grading**	Class participation 50% Final presentation 20% Final protfolio 30%
教師網頁	http://sloganwave.blogspot.com/		
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（例如請同學爲自己認養的品牌，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。