

朝陽科技大學
103學年度第2學期教學大綱

當期課號	3172	中文科名	產品與品牌管理
授課教師	李冠穎	開課單位	行銷與流通管理系
學分數	3	修課時數	3
開課班級	四年制1年級 B班		
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力。	✓				
流通連鎖專業實戰能力。					✓
職場所需資訊能力。					✓
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力。		✓			
問題解決、終身學習與創新能力。					✓
職場所需語文能力。					✓

本課程培養學生下列知識：

介紹產品與品牌管理相關的觀念和理論架構讓學生了解然後學習如何將其所學的理论知識應用在行銷策略的分析與發展。

- 1.擬訂品牌定位策略，以達到市場差異之理想效果
- 2.選擇適切品牌元素，以達品牌權益之建立
- 3.運用整合性行銷溝通策略，以達品牌權益之建立
- 4.人際互動
- 5.問題解決
- 6.溝通表達
- 7.團隊合作

The course aims to introduce students to relevant concepts and frameworks upon which product and brand management is based. Knowledge of product and brand management theories will then be applied to the analysis and development of marketing strategies.

每週授課主題

- 第01週：課程介紹
- 第02週：Chapter 1&2 以顧客為本的品牌權益
- 第03週：Chapter 1&2 以顧客為本的品牌權益
- 第04週：Chapter 3 品牌定位
- 第05週：Chapter 4 選擇品牌元素建構品牌權益
- 第06週：Chapter 5 設計行銷方案建構品牌權益
- 第07週：Chapter 6 整合行銷溝通建立品牌權益
- 第08週：Chapter 7 槓桿借用輔助品牌聯想建構品牌權益
- 第09週：期中考
- 第10週：Chapter 8 發展一組品牌權益衡量與管理系統
- 第11週：Chapter 9 衡量品牌權益來源：探取顧客的心智組合
- 第12週：Chapter 10 衡量品牌權益結果：探究市場績效
- 第13週：Chapter 11 設計與執行品牌建構策略
- 第14週：Chapter 12 產品命名與品牌延伸
- 第15週：Chapter 13 與時俱進的品牌管理
- 第16週：期末報告
- 第17週：期末報告
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 期末考：20%
- 期中考：30%
- 口頭報告：30%
- 平時作業及出席：20%

證照、國家考試及競賽關係

本課程無證照、國家考試及競賽資料。

主要教材

1.徐世同編譯，策略品牌管理(2008)，台北華泰書局。(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~kylee/>

E-Mail：kylee@cyut.edu.tw

Office Hour：

星期一,第3~4節,地點:T2-815.1;

星期二,第3~4節,地點:T2-815.1;

分機:7540、7813

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。