

朝陽科技大學
104學年度第1學期教學大綱

當期課號	7307	中文科名	品牌企劃研究
授課教師	高玉麟	開課單位	視覺傳達設計系
學分數	3	修課時數	3
開課班級	日間部碩士班2年級 A班		
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

本課程與系所培養學生能力指標關聯度

核心能力	能力指標	高度關聯	中度關聯	低度關聯
國際視野的前瞻思考能力。	設計研究並分析當代設計的變遷和趨勢。	✓		
	評估、規劃及運用網路、數位廣告及社群媒體，以執行設計策略。	✓		
設計議題的研究分析能力。	收集相關資料，分析並且瞭解客戶或市場的需求。	✓		
	分析客戶問題並提供解決方案，維持良好的關係品質。	✓		
設計專案的策略領導能力。	管理設計製作與專案執行流程，以滿足客戶的需求和期望。	✓		

本課程培養學生下列知識：

本課程為了解品牌策略、品牌設計、品牌行銷之應用與實務的技術研究應用。

1. 何謂品牌策略、品牌設計、品牌行銷
2. 成功品牌案例~分析與探討
3. 失敗品牌案例~分析與探討

Introduction - Brand Strategy, Brand Design, Brand Marketing

每週授課主題

- 第01週：壹、導論：品牌策略、品牌設計、品牌行銷
- 第02週：貳、成功品牌案例~分析與探討
- 第03週：捷安特國際品牌發展策略（一）
- 第04週：捷安特國際品牌發展策略（二）
- 第05週：TREND MICRO（一）
- 第06週：TREND MICRO（二）
- 第07週：康師傅（一）
- 第08週：康師傅（二）
- 第09週：學生提案分析（一）
- 第10週：學生期中提案分析（二）
- 第11週：九莊醬油（一）
- 第12週：九莊醬油（二）
- 第13週：參、失敗品牌案例~分析與探討
- 第14週：BENQ-SIEMENS（一）
- 第15週：BENQ-SIEMENS（二）
- 第16週：學生期末提案分析（一）
- 第17週：學生期末提案分析（二）
- 第18週：肆、總結

成績及評量方式

平時考核(上課出勤、學習態度、作業繳交)：20%
 期中報告：40%
 期末報告：40%

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. 書名：Power Branding 作者：Marty Brandt 出版社：International Data Group ISBN：9780965684101 出版年：1997 (教科書)
2. 書名：Emotional Branding 作者：Marc Gobe 出版社：Allworth Press ISBN：978-1-58115-672-0 出版年：2010 (教科書)
3. 書名：Corporate Identity 作者：Wally Olins 出版社：Harvard Business School Press 出版年：1990 (教科書)
4. 書名：On B@nd 作者：Wally Olins 出版社：Thames & Hudson ISBN：9780500770849 出版年：2012 (教科書)
5. 書名：Designing Brand Identity 作者：Alina Wheeler 出版社：Wiley John and Sons 出版年：2012 (教科書)
6. 書名：Brand New: The Shape of Brands to Come 作者：Wally Olins 出版社：Thames & Hudson 出版年：2014 (教科書)
7. 書名：品牌設計的藍海策略 作者：TDC, TotalBrand 出版社：TDC 出版年：2005 (教科書)

參考資料

書名：Designing Brand Identity 作者：Alina Wheeler 出版年(西元)： 出版社：Wiley John and Sons

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/~mikekao/>

E-Mail：mikekao@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。