

朝陽科技大學
105學年度第2學期教學大綱

當期課號	1446	中文科名	產品與品牌管理
授課教師	余駿國	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	日間部四年制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能力指標關聯度：

核心能力	能力指標	關聯度		
		高度關聯	中度關聯	低度關聯
行銷專業實戰能力	進行行銷管理例作業及溝通，以確保與相關單位溝通及作業順暢。		✓	
行銷專業實戰能力	運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略。	✓		
良好企業倫理、工作態度與團隊合作能力	團隊合作。		✓	
問題解決、終身學習與創新能力	問題解決。	✓		
溝通表達與職場所需之語文能力	溝通表達。		✓	

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. 進行行銷管理例作業及溝通，以確保與相關單位溝通及作業順暢
2. 運用及評估市場相關資訊，擬定整體行銷策略
3. 團隊合作
4. 問題解決
5. 溝通表達

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：老師!你葫蘆裡賣啥藥? 如何學好這門課/成為好的品牌人?
- 第02週：品牌是甚麼東西?可以吃嗎? 品牌與品牌管理Ch1
- 第03週：要清楚誰才是老大!! 顧客為主的品牌權益與定位Ch2
- 第04週：如何讓別人跟一起哼首歌! 品牌共鳴與品牌價值鏈Ch3
- 第05週：包子裡面要放甚麼餡? 選擇品牌元素建構品牌權益Ch4
- 第06週：行銷不是老生常談嗎? 設計行銷方案建構品牌權益Ch5
- 第07週：大海中的女妖歌聲。 整合行銷溝通建構品牌權益Ch6
- 第08週：蘋果是巫婆的還是賈伯斯的? 借助品牌聯想建構品牌權益Ch7
- 第09週：期中考
- 第10週：汽車的儀表板到底要告訴我什麼? 發展一組品牌權益的衡量與管理系統Ch8
- 第11週：你別說!我知道你心裡在想甚麼。 衡量品牌權益來源:採取顧客的心智集Ch9
- 第12週：KPI?甚麼東西? 衡量品牌權益來源:探究市場績效Ch10
- 第13週：組一台藍寶基尼難不難? 設計與執行品牌結構策略Ch11
- 第14週：雞生蛋?蛋生雞?所以誰重要? 新產品的導入命名與品牌延伸Ch12
- 第15週：真的可以回到未來嗎? 與時俱進的品牌管理Ch13
- 第16週：遠距離戀愛總是辛苦的。 跨地理區域與市場區隔的品牌管理Ch14
- 第17週：就這樣到了尾聲。 職場分享與品牌綜合觀察Ch15
- 第18週：期末考

成績及評量方式

- 期中考：30%
- 期末考：30%
- 參予度：20%
- 品牌規劃報告：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.策略品牌管理作者：Kevin Lane Keller 譯者: 徐世同華泰文化事業股份有限公司97895760992672014 4(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

1.行銷學

教師資料

教師網頁：http://www.cyut.edu.tw/~jiunguo/

E-Mail：jiunguo@cyut.edu.tw

Office Hour：

分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。