

朝陽科技大學
108學年度第2學期教學大綱

當期課號	3122	中文科名	品牌經營與管理
授課教師	歐宴宗	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 A班
修習別	專業選修		
類別	一般課程		

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. 進行行銷管理例行作業及溝通，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：第一週 第1章 品牌與品牌管理
- 第02週：第二週 第2章 以顧客為本的品牌權益與品牌定位
- 第03週：第三週 第3章 品牌共鳴鏈與品牌價值
- 第04週：第四週 第4章 選擇品牌元素建構品牌權益
- 第05週：第五週 第5章 設計行銷方案建構品牌權益
- 第06週：第六週 第6章 整合行銷溝通建構品牌權益
- 第07週：第七週 第7章 借用輔助品牌聯想建構品牌權益
- 第08週：第八週 期中報告
- 第09週：第九週 期中考試週
- 第10週：第十週 第8章 發展一組品牌權益的衡量與管理系統
- 第11週：第十一週 第9章 衡量品牌權益來源：採取顧客的心智集
- 第12週：第十二週 第10章 衡量品牌權益結果：探究市場績效
- 第13週：第十三週 第11章 設計與執行品牌結構策略
- 第14週：第十四週 第12章 新產品導入、命名與品牌延伸
- 第15週：第十五週 第13章 與時俱進管理品牌
- 第16週：第十六週 第14章 跨地理區域與市場區隔的品牌管理
- 第17週：第十七週 第15章 綜合觀察
- 第18週：第十八週 期末考分組報告

成績及評量方式

- 期中：30%
- 平時成績（學習態度）：30%
- 期末分組報告：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. 2014，策略品牌管理(Keller/ Strategic Brand Management 4/e)，台北：華泰文化徐世同編譯台北：華泰文化出版社2014三版(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/~gold.ou8/>
E-Mail： gold.ou8@cyut.edu.tw
Office Hour：
分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。