

朝陽科技大學
112學年度第1學期教學大綱

| | | | |
|------|------|------|-----------|
| 當期課號 | 3095 | 中文科名 | 品牌經營與管理 |
| 授課教師 | 梁貫御 | 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2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：課程介紹
- 第02週：中秋節放假
- 第03週：CH1 品牌與品牌管理
- 第04週：CH2 以顧客為本的品牌權益與品牌定位
- 第05週：CH3 品牌共鳴與品牌價值鏈
- 第06週：CH4 選擇品牌元素以建構品牌權益
- 第07週：CH5 設計行銷方案建構品牌權益
- 第08週：CH6 整合行銷溝通建立品牌權益
- 第09週：CH7 在數位時代打造品牌
- 第10週：CH8 借用輔助品牌聯想建構品牌權益
- 第11週：CH9 發展品牌權益衡量與管理系統
- 第12週：CH10 衡量品牌權益來源：採取顧客的心智集
- 第13週：CH11 衡量品牌權益結果：探究市場績效
- 第14週：CH12 設計與執行品牌結構策略
- 第15週：期末報告1
- 第16週：期末報告2
- 第17週：期末考
- 第18週：CH13 新產品的導入、命名與品牌延伸

成績及評量方式

- 出席：20%
- 課堂討論&作業：30%
- 期末報告：30%
- 期末考試：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 楊景傳、徐世同譯 華泰文化5(教科書)

參考資料

- 書名：品牌行銷與管理 作者：戴國良 出版年(西元)：2020 出版社：五南
- 書名：品牌行銷與管理 作者：戴國良 出版年(西元)：2020 出版社：五南

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/~/
E-Mail：d95741003@ntu.edu.tw
Office Hour：
分機：

[\[關閉\]](#) [\[列印\]](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。