

南台科技大學 102 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	品牌管理
課程編碼	D0N06301
系所代碼	0D
開課班級	夜四技行流四甲
開課教師	黃盈裕
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	四 11 12 13 教室 T0211
必選修	選修
課程概述	品牌管理(Brand Management ; BM)乃行銷的一個重要議題。然而 BM 的內容基本上仍是建立在行銷管理的基本架構上，可從關係觀點 (relational view)、人際關係、心理學、社會學來探討各項行銷活動，因此其範圍包括規劃、設計、執行及稽核等課題。
課程目標	本課程希望對於品牌管理有一個全盤性的認識，輔助以本土的教材做為個案分析的基礎，使學生可以在理論與實務中獲得品牌管理的全面性認識。
課程大綱	<p>ch 1 緒論</p> <p>ch 2 以顧客為本的品牌權益</p> <p>ch 3 品牌定位</p> <p>ch 4 選擇品牌元素建構品牌權益</p> <p>ch 5 設計行銷方案建構品牌權益</p> <p>ch 6 整合行銷溝通建立品牌權益</p> <p>ch 7 槓桿借用輔助品牌聯想建構品牌權益</p> <p>ch 8 發展一組品牌權益衡量與管理系統</p> <p>ch 9 衡量品牌權益來源：採取顧客的心智集合</p> <p>ch 10 衡量品牌權益結果：探究市場績效</p> <p>ch 11 設計與執行品牌建構策略</p> <p>ch 12 產品命名與品牌延伸</p> <p>ch 13 與時俱進管理品牌</p> <p>ch 14 跨地理區與市場區隔的品牌管理</p> <p>ch 15 結語</p> <p>group presentation</p> <p>group presentation</p> <p>group presentation</p>
英文大綱	
教學方式	
評量方法	

指定用書	品牌管理：策略性思考與實踐
參考書籍	策略品牌管理（徐世同編譯，華泰文化出版）（2013，4th ed.）ISBN: 978-957-609-747-8
先修科目	
教學資源	
注意事項	<p>三、 Presentation 報告組：針對 case 製作 power point 檔以單槍投射，並在每節 present 前將講義、投影片資料交給老師，做為評分之用。準備要點如下：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 熟讀 case 內容，將其歸納整理。 2. 課外佐證資料的補充。取得較高分的方法之一。 3. 器材借用：需至系辦公室借 notebook。 <p>四、 提問組：針對報告組所提之觀點及問題加以質疑。</p> <p>五、 未能出席分組報告或提問時，報告或提問的分數會予酌減。</p>
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	