

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	D0N11R01
課程中文名稱	品牌管理
課程英文名稱	Brand Management
學分數	2.0
必選修	選修
開課班級	夜二技行流四甲 夜四技行流四甲
任課教師	林正平
上課教室(時間)	週二第 11 節(T0312) 週二第 12 節(T0312)
課程時數	2
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
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。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標 ----- 1.品牌相關知識，--，2 行銷與銷售管理知識 2.企劃流程，--，2 行銷與銷售管理知識 3.行銷與銷售管理知識，--，2 行銷與銷售管理知識 4.增進創意思考，--，4 創新與創業能力 5.擬定具體可行知識，--，5 整合與解決問題能力 6.團隊合作能力，--，5 整合與解決問題能力
中文課程大綱	以顧客為本的品牌權益 品牌定位 選擇品牌元素建構品牌權益 設計行銷方案建構品牌權益 整合行銷溝通建立品牌權益 槓桿借用輔助品牌聯想建構品牌權益 發展一組品牌權益衡量與管理系統 衡量品牌權益來源：採取顧客的心智集合

英/日文課程大綱	
課程進度表	<p>第一週 第一章 消失的品牌</p> <p>第二週 第一章 消失的品牌</p> <p>第三週 第二章 品牌與品牌管理</p> <p>第四週 第二章 品牌與品牌管理</p> <p>第五週 第三章 品牌形成要素</p> <p>第六週 第三章 品牌形成要素</p> <p>第七週 期中報告週</p> <p>第八週 期中報告週</p> <p>第九週 期中考試週</p> <p>第十週 第四章 如何塑造品牌</p> <p>第十一週 第四章 如何塑造品牌</p> <p>第十二週 第五章 品牌管理</p> <p>第十三週 第五章 品牌管理</p> <p>第十四週 第六章 品牌管理發展策略</p> <p>第十五週 第六章 品牌管理發展策略</p> <p>第十六週 第七章 網路品牌行銷</p> <p>第十七週 第七章 網路品牌行銷</p> <p>第十八週 期末考試週</p>
教學方式與評量方法	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>品牌相關知識，分組討論，口試</p> <p>企劃流程，分組討論，口試</p> <p>行銷與銷售管理知識，分組討論，口試</p> <p>增進創意思考，分組討論，口試</p> <p>擬定具體可行知識，分組討論，口試</p> <p>團隊合作能力，分組討論，口試</p>
指定用書	<p>書名：品牌行銷與管理 二版</p> <p>作者：彭建彰、呂旺坤著</p> <p>書局：華泰文化</p> <p>年份：2011</p> <p>ISBN：978-957-609-844-4</p> <p>版本：二版</p>
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	

