

一貫道天皇學院課程大綱的撰寫

一貫道天皇學院 110 學年度第 2 學期 品牌經營與行銷 課程大綱

課程基本資訊			
科目名稱 (中文) Subject	品牌經營與行銷	學分數 Credits	
科目名稱 (英文) Subject	Brand Management and Marketing	上課時數 Lecture Hours	
科目代碼 Course Code		授課部別 Teaching Division	☐ 學士班 ☐ 碩士班 ☐ 碩士在職專班
修課別 Required or Elective		科目類別 Subject Category	
授課班級 Class		授課班級代碼 Class Code	
授課教師 Instructor	謝俊銘	教師 E-mail Instructor's E-mail	jumymail@gmail.com
Office Hours		教師網站 Instructor's Website	

課程發展 Curriculum Development (經審查、課程委員會通過，由系辦統一輸入)		
課程概述	透過課程的學習與討論了解品牌經營管理與行銷的目的，理論架構，與主要管理機制，在未來職業生涯中知道如何看待品牌經營管理與行銷（角色，重要性，及要領）。	
課程學習目標 與核心能力之 對應關係	課程學習目標	
		對應核心能力

課程與校核心能力權重值關連						
校核心能力	1	2	3	4	5	權重 總和
	專業知識	實務技能	宗教願行	多元文化素養	學習與創新	
百分比%	30	30		20	20	100

課程進度表 Course Schedule		
週次 Week	教學內容 Teaching contents	備註
1	課程介紹	
2	品牌與品牌管理	
3	品牌權益	
4	品牌識別	
5	品牌定位與策略(1)	
6	品牌定位與策略(2)	
7	選擇品牌要素	
8	如何運用品牌次級聯想建立優勢	
9	期中考	
10	品牌行銷策略	
11	品牌整合行銷溝通策略	
12	品牌關係架構圖	
13	品牌延伸	
14	品牌老化與再生	
15	案例討論與分析(1)	
16	案例討論與分析(2)	
17	期末報告(1)	
18	期末報告(2)	

教材 Course Material <作者 Author (年代 Year)。書名 Title。出版地：出版者 Publisher。>
1.使用教材 Teaching Material
教師自編教材 (相關參考資料如參考書目)
2.參考書目 Reference Book
1. 原田 進 (2006)。設計品牌 (黃克煒譯)。台中市：晨星出版。(原著：2003 年出版) 2. Keller, K. L. 徐世同編譯 (2008). 策略品牌管理。台北市：華泰文化。第三版。 3. 戴國良，(2010)，品牌行銷與管理(第二版)，五南圖書。 4. Marc Gobé (2001)。高感性品牌行銷：頂級品牌形象大師的經典力作。Emotional branding: the new paradigm for connecting brands to people.(辛巴譯)。台北：藍鯨出版。
3.指定閱讀 Assigned Book
無

4.教學方式 Teaching Methods

☒ 課堂講授 Lectures ☒ 課堂討論 Class Discussions ☒ 實作演練 Practices
☐ 專題演講 Seminar ☐ 實地參訪 Field Trips ☒ 成果發表 Presentation

其他：

課堂講授：教師一般講授。

課堂討論：鼓勵學生提問，以期在反覆思辨過程中獲得啟發。

分組討論並輪流報告，以激發學生腦力，發揮集體智慧。

實作演練：實務結合理論，訓練動手做的實務能力，增加學生學習印象。

專題演講：邀專業領域人士到校演講，讓學生獲取新知或實務知能。

實地參訪：運用參觀實習方式，以增廣見聞。

成果發表：在學習中進行口頭、心得報告等，訓練口語表達能力。

教學與評量方式 Teaching and Assessment

課程學習目標	教學方式	評量方式
1.了解品牌經營管理與行銷的目的	1、課堂講授 2、實際操作	1、出席與參與 2、學生口頭與書面報告
2.了解品牌經營管理與行銷的理論架構	1、課堂講授 2、實際操作	1、出席與參與 2、學生口頭與書面報告
3.了解品牌經營管理與行銷的主要管理機制，	1、課堂講授 2、實際操作	1、出席與參與 2、學生口頭與書面報告
4.未來職業生涯中知道如何看待品牌經營管理與行銷（角色，重要性，及要領）。	1、課堂講授 2、實際操作	1、出席與參與 2、學生口頭與書面報告

成績評量及 方式 Grading	下列評量方式僅供參考，請老師依實際需求於後續各評量欄位中，勾選對應之號碼，或於「其他」項目中，自行增列評量方式。 1.出席狀況 Attendance：就學生之出席表現考查。 2.課堂討論與表現 Class Discussions：就學生課堂參與討論及行為表現考查。 3.紙筆測驗 Tests：就學生經由教師依教學目標及教材內容所進行之測驗考查。 4.作業成績 Assignments：就學生各種習作考查。 5.口頭報告（含個人或小組） Oral Reports：就學生蒐集資料、閱讀、觀察、訪問、調查等所得結果之口頭報告考查。 6.書面報告（含個人或小組） Reports：就學生蒐集資料、閱讀、觀察、訪問、調查等所得結果之書面報告考查。 7.口試 Oral Tests：就學生之口頭問答結果考查。 8.實作（含分組演練/合作等） Collaborations：就學生之實際操作及解決問題等行為表現考查。
------------------------	---

	9.實習 Practical Trainings：就學生之實習表現考查，包含實習心得發表、機構督導評分、學校督導評分等。 10.展演 Exhibitions：就學生之表演活動考查。 11.自我評量 Self-assessment：學生就自身學習情形，成果及行為表現，作自我評量。 12.同儕互評 Peer-assessment：學生之間就行為或作品相互評量。 13.其他 Other
平時評量：40% Usual Tests	1☒ 2☒ 3☒ 4☒ 5☒ 6☐ 7☐ 8☐ 9☐ 10☐ 11☐ 12☐ 13☐ 其他：
期中評量：30% Mid-term Exam	1☐ 2☐ 3☒ 4☒ 5☒ 6☒ 7☒ 8☐ 9☐ 10☐ 11☐ 12☐ 13☐ 其他：
期末評量：30% Final Exam	1☐ 2☐ 3☒ 4☒ 5☒ 6☒ 7☒ 8☐ 9☐ 10☐ 11☐ 12☐ 13☐ 其他：
評量配分說明	平時評量：40% 期中評量：30% 期末評量：30%

補救機制與相關課程資訊	
補救教學機制 Redeeming	對於學習狀況低落之學生，教師應透過本校「學生學業成績預警輔導機制」予以加強學習輔導。 補救教學機制：（可複選） ☐Office Hours ☒期中考成績不及格輔導 ☐開設補救教學輔導班 ☒申請教學助理給予輔導 ☐其他補救教學機制：
學程、相關證照與升學 Course-Related Certificates	☐就業學程課程：學程 ☒相關證照：文創品牌行銷企劃師、文創品牌授權經理 ☐相關國家考試： ☐升學相關課程：

