



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

全球品牌管理



簡睿哲 教授
臺大國際企業學系暨研究所

授課時間：每週三晚7:00-9:45，9/14(三)開學

課程介紹：

本課程主要幫助同學瞭解品牌管理之相關理論與實務。促使同學瞭解如何進行品牌行銷企劃，推動品牌策略，強化品牌權益。此外，本課程預計促使學生瞭解企業如何有效地運用企業資源，在激烈的競爭環境中，建立與管理強勢品牌。本課程預計透過個案分析，促使同學體驗品牌經營之要領，及品牌經理人之任務。此外，透過小組以及期末報告。培養同學口頭及書面報告之能力。上課方式以講授為主、Harvard以及商周等經典長短個案之討論為輔。

本課程旨在針對「全球品牌管理」進行有系統的學習與應用分析。教學內容結合理論與實務，輔以眾多代表性案例加以說明，希能使學員迅速有效地掌握現代建立全球品牌的原則，而有助於個人與企業在建構全球品牌的時代之創新轉型與發展。

授課教材/評分標準/參考課本

授課教材：隨堂分發講義，課後提供電子檔。

授課方式：講演、小組作業與學期報告。

評分標準：課堂討論20%，小組個案/期中作業 40%，小組期末報告40%。

參考課本：

1. 策略品牌管理 Kevin Keller 著, 楊景博/徐世同編譯, 華泰書局代理
2. 品牌策略與管理 邱志聖著 智勝出版社

課程綱要與進度

週數:日期	單元主題
I: 綜合概述	
1: 09/14	Brands and Brand Management 品牌觀念與品牌價值
II: 發展品牌策略	
2: 09/21	Customer-based Brand Equity and Brand Positioning 品牌權益與品牌定位
3: 09/28	Brand Resonance and the Brand Value Chain 品牌共鳴與品牌價值鏈
III: 設計與執行品牌行銷方案	
4: 10/05	Choosing Brand Elements to Build Brand Equity 選則品牌元素建構品牌權益
5: 10/12	Designing Marketing Programs to Build Brand Equity 品牌行銷企劃
6: 10/19	Integrating Marketing Communications to Build Brand Equity 整合行銷溝通建立品牌權益
7: 10/26	Branding in the Digital Era 在數位時代發展品牌
8: 11/02	Leveraging Secondary Brand Associations to Build Brand Equity 品牌行銷組合策略
IV: 衡量與詮釋品牌績效	
11/9	預排大演講

課程綱要與進度(續)

週數:日期	單元主題
9: 11/16	Measuring Outcomes of Brand Equity: Capturing Market Performance 發展品牌 權益衡量與管理系統
V: 成長及維繫品牌權益	
10: 11/23	Designing and Implementing Branding Architecture Strategies 設計與執行品牌結 構策略
11: 11/30	Introducing and Naming New Products and Brand Extensions 新產品新品牌經 營實務
12: 12/7	Managing Brands Over Time 與時俱進管理品牌
13: 12/14	Managing Brands Over Geographic Boundaries and Market Segments 國際品牌 管理
V: 綜合討論與報告	
14: 12/21	專題演講/ 綜合討論
15: 12/28	學員期末報告