



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

台灣大學國際企業學系暨研究所

授課時間：每週三晚7:00-9:45，03/06(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。

課程目的：

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：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：課堂參與討論20%（個人成績），期中考試20%（個人成績），小組作業30%（組成績），小組期末報告30%（組成績）。

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
3. 簡睿哲 (2019) 國際行銷管理。華泰書局代理

課程綱要與進度



週數:日期	單元主題
I: 綜合概述	
1: 03/06	Brands and Brand Management 品牌觀念與品牌價值
II: 發展品牌策略	
2: 03/13	Customer-based Brand Equity and Brand Positioning 品牌權益與品牌定位
3: 03/20	Brand Resonance and the Brand Value Chain 品牌共鳴與品牌價值鏈No class
4: 03/27	Choosing Brand Elements to Build Brand Equity 選擇品牌元素建構品牌權益
III: 設計與執行品牌行銷方案	
5: 04/03	Designing Marketing Programs to Build Brand Equity 品牌行銷企劃建構品牌權益
6: 04/10	期中考試
7: 04/17	Integrating Marketing Communications to Build Brand Equity 整合行銷溝通建立品牌權益
8: 04/24	Branding in the Digital Era 在數位時代發展品牌
9: 05/08	Leveraging Secondary Brand Associations to Build Brand Equity 品牌行銷組合策略(杜邦個案)
10: 05/15	專題演講
IV: V: 成長維繫品牌權益	
11: 05/22	Managing Brands Over Time 與時俱進管理品牌(星巴克個案)
12: 05/29	Introducing and Naming New Products and Brand Extensions 新產品新品牌經營實務
13: 06/05	Designing and Implementing Branding Architecture Strategies 設計與執行品牌結構策略
14: 06/12	Managing Brands Over Geographic Boundaries and Market Segments 國際品牌管理
15: 06/19	學員期末報告