

104-1 行銷與品牌管理

授課老師:陳萬來

課程代碼	P1EM000016	開課系所	高階經營管理碩士在職專班		
授課教師	陳萬來	上課時間	50B,50C, 50D		
中文課名	行銷與品牌管理	上課地點	教 802		
英文課名	Marketing and Brand Management				
教授班名稱	高階經營管理碩士在職專班 1				
開課期限	0	學分	3	時數	3
課程類別	一般	人數上限	55	選課類別	必修
課程內涵	一般課程	人數下限	5	是否校外實習	否
全英語課程	否	寒暑期課程	否	遠距教學課程	否
選課人數	17(此人數為查詢當下的人數，不一定等於現在即時加退選的人數，僅供參考)				
合授教師姓名					
核心能力雷達圖					
<p>「請遵守智慧財產權，切勿使用非法影印教科書」</p> <p>"Please Respect Intellectual Property Rights. Do Not Use Illegally Photocopied Textbooks."</p>					
課程綱要					
教學目的 Objective	中文	<p>策略管理大師 蓋瑞·哈默爾(啟動革命, 2007): 一家公司創新的速度快慢, 將決定該公司創造新財富的多寡。創新的第一個障礙, 往往是創新者缺乏能力把片段構想轉化成完整的事業設計。產品是行銷管理的最主要目標, 從產品的研究發展, 命名, 包裝, 定價, 溝通, 促銷, 到產品生命週期不同階段的行銷組合等等, 對於企業的永續發展, 具有關鍵性的影響。而品牌是企業最有價值的無形資產, 擁有強大品牌資產的公司, 可以獲得比其他同業更高的利潤與更大的市場, 強大的品牌資產代表較高的價格優勢與忠實的顧客, 更容易建立策略合作夥伴, 並延伸品牌價值等競爭優勢。今日的經營環境比十年前還要嚴苛百倍千倍, 嚴重供給過剩, 讓企業提早面臨微利的考驗。這麼嚴峻的經營環境, 企業如何透過行銷與品牌的管理, 達到擺脫紅海的夢魘, 進</p>			

		而朝向卓越與永續的經營目標邁進。本課程主要是以全球化的觀念來探討行銷與品牌管理在企業裡所應扮演的角色，課程中試著以最新的理論配合九堂標竿企業經營者的現身說法，來探討全球行銷與品牌的最新議題。課程中強調理論與實務並重，堂課中會盡量以問題為導向，以行銷與品牌理論為基礎來分析思考全球行銷與品牌問題。																																								
教科書目 Textbooks	<table border="1"> <thead> <tr> <th>順序 編號</th> <th>書名</th> <th>作者</th> <th>出版社</th> <th>ISBN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>行銷管理第五版(2014)</td> <td>洪順慶</td> <td>新陸書局</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>策略行銷分析第四版(2014)</td> <td>邱志聖</td> <td>智勝文化</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	順序 編號	書名	作者	出版社	ISBN	1	行銷管理第五版(2014)	洪順慶	新陸書局		2	策略行銷分析第四版(2014)	邱志聖	智勝文化																											
順序 編號	書名	作者	出版社	ISBN																																						
1	行銷管理第五版(2014)	洪順慶	新陸書局																																							
2	策略行銷分析第四版(2014)	邱志聖	智勝文化																																							
參考用書 Reference books	<table border="1"> <thead> <tr> <th>順序 編號</th> <th>書名</th> <th>作者</th> <th>出版社</th> <th>ISBN</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1</td> <td>從心行銷：從滿意到愛慕的服務秘訣</td> <td>洪順慶</td> <td>天下出版</td> <td></td> </tr> <tr> <td>2</td> <td>體驗真實（2008）</td> <td>James H. Gilmore、B. Joseph Pine II</td> <td>天下出版</td> <td></td> </tr> <tr> <td>3</td> <td>全球品牌大戰略—品牌先生施振榮觀點</td> <td></td> <td>天下出版</td> <td></td> </tr> <tr> <td>4</td> <td>台灣品牌競爭力：台灣企業從代工走向自創品牌的策略</td> <td>洪順慶</td> <td>天下出版</td> <td></td> </tr> <tr> <td>5</td> <td>創造顧客感動的品牌管理</td> <td>史祥恩、喬、惠勒著，郭苑玲譯</td> <td>哈佛管理叢書</td> <td></td> </tr> <tr> <td>6</td> <td>滾動吧，品牌</td> <td>邱志聖</td> <td>天下出版</td> <td></td> </tr> <tr> <td>7</td> <td>B2B 品牌管理聖經</td> <td>Philip Kotler</td> <td>寶鼎出版</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	順序 編號	書名	作者	出版社	ISBN	1	從心行銷：從滿意到愛慕的服務秘訣	洪順慶	天下出版		2	體驗真實（2008）	James H. Gilmore、B. Joseph Pine II	天下出版		3	全球品牌大戰略—品牌先生施振榮觀點		天下出版		4	台灣品牌競爭力：台灣企業從代工走向自創品牌的策略	洪順慶	天下出版		5	創造顧客感動的品牌管理	史祥恩、喬、惠勒著，郭苑玲譯	哈佛管理叢書		6	滾動吧，品牌	邱志聖	天下出版		7	B2B 品牌管理聖經	Philip Kotler	寶鼎出版		
順序 編號	書名	作者	出版社	ISBN																																						
1	從心行銷：從滿意到愛慕的服務秘訣	洪順慶	天下出版																																							
2	體驗真實（2008）	James H. Gilmore、B. Joseph Pine II	天下出版																																							
3	全球品牌大戰略—品牌先生施振榮觀點		天下出版																																							
4	台灣品牌競爭力：台灣企業從代工走向自創品牌的策略	洪順慶	天下出版																																							
5	創造顧客感動的品牌管理	史祥恩、喬、惠勒著，郭苑玲譯	哈佛管理叢書																																							
6	滾動吧，品牌	邱志聖	天下出版																																							
7	B2B 品牌管理聖經	Philip Kotler	寶鼎出版																																							
上課方式 Teaching Method	中文	<ol style="list-style-type: none"> 四個場次有關「行銷與品牌管理」的教授講授。 十個場次領域專家實務報告 + 教授詮釋。 二個場次教授總整理、學生期末報告。 一個場次標竿企業參訪。 																																								
課程進度 Syllabus	中文	<ol style="list-style-type: none"> 傳統行銷 VS 現代行銷 (陳萬來) 行銷概念與策略 (官志亮) 行銷與品牌講座(一) (張寶誠) 																																								

		<p>4 國慶日補假 1 天</p> <p>5 行銷組合與技巧 (官志亮)</p> <p>6 行銷與品牌講座(二) (李允傑)</p> <p>7 行銷與品牌講座(三) (李清昭)</p> <p>8 行銷與品牌講座(四) (曾國棟)</p> <p>9 品牌管理 / 期中專題報告-行銷(PPT 檔) (每組 20 分)</p> <p>10 行銷與品牌講座(五) (張永昌)</p> <p>11 行銷與品牌講座(六) (李永川)</p> <p>12 行銷與品牌講座(七) (李世珍)</p> <p>13 行銷與品牌講座(八) (黃維祝)</p> <p>14 行銷與品牌講座(九) (侯淵棠)</p> <p>15 行銷與品牌講座(十) (呂華苑)</p> <p>16 元旦放假 1 天</p> <p>17 標竿企業參訪</p> <p>18 期末專題報告-品牌(PPT 檔) (每組 30 分)</p>
<p>考試及成績 計算方式 Evaluation</p>	<p>中文</p>	<p>1. 課堂參與：出席及上課討論參與 25%。</p> <p>2. 專家報告個人心得（三篇）25%。</p> <p>3. 期中、期末小組專題報告 50%。</p>
<p>參考網址 http://</p>		
<p>備考：</p>		