國立台灣科技大學 114學年 第2學期　課程大綱

Spring 2026 NTUST Course Outline

授課教師：李嘉林

Instructor:CHIA-LIN LEE

課程名稱：品牌管理

Course Title：Brand Management

2026/11/3

課程代號： BA3402701 Course Code 學分數： 3 Credits	必選修：選修/半學年 Required/Electve:Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites
節次教室： T2(TR-513) T3(TR-513) T4(TR-513) Time/Location	
專業核心能力： Core Professional Competencies	■ 解決問題之能力(Problem Solving) ■ 管理專業知識(Comprehensive management knowledge) ■ 良好溝通表達之能力：■口說溝通能力(Oral communication skills);■書寫溝通能力(Written Communication Skills) ■ 全球觀點與理解跨文化議題之能力(Global perspectives)
課程網址： Course Website	
課程宗旨： Course Objectives	1.提升品牌行銷相關問題的解決能力 2.加強永續品牌的重要行銷概念 3.洞悉品牌的數據變現與廣告變現策略 4.頗析社群媒體的網紅代言策略 5.清楚個人品牌塑造的要素與商業禮儀
課程大綱： Outline of Lectures	1.品牌管理與行銷之關係 2.品牌管理簡介 3.行銷策略規劃 4.品牌管理戰略與4P 5.分組報告 6.品牌權益(CBBE)（I） 7.品牌權益(CBBE)（II） 8.分組報告 9.品牌元素與識別系統 10.品牌聯想與品牌個性 11.品牌延伸策略（I） 12.品牌延伸策略（II） 13.建立永續品牌形象 14.品牌代言人策略(電視/社群媒體) 15.品牌數據變現策略分析 16.品牌廣告變現策略分析(II)
授課方式： Method of Instruction	講授 Lecture：60% 分組討論 Group discussion：30% 案例研討 Case study：10% 操做練習 Practical exercises：0% 講授 Lecture：%
教科書： Textbooks	【策略品牌管理】:Keller & Swaminathan/Strategic Brand Management 5e（中文翻譯版） 作者：楊景傅, 徐世同 出版社：華泰文化 年份：2020: 第5版；ISBN：9789869897761

參考書目： References	1. ESG品牌創新六部曲。作者:高端訓，陳雅言。出版社：時報。 2. 行銷數位轉型下的品牌管理與傳播。作者： 陳一香，陳茂鴻，吳秀倫，黃燕玲。出版社：五南。 3. 大數據行銷：邁向智能行銷之路，任立中，陳靜怡。出版社:前程文化。
修課須知： Notice	第一堂課必到
評量方式： Grading	請參閱MOODLE的課程大綱
備註說明： Notes	中文授課