

國立政治大學企業管理研究所

品牌經營策略

授課老師：洪順慶 教授

e-mail: schorng@nccu.edu.tw

李嘉林助理教授

2011 年下學期

星期二 14:10 -- 17:00

週次	日期	課程進度
1	2/21	互相認識 課程簡介與遊戲規則
2	2/28	放假
3	3/06	《台灣品牌之路》1:大師談品牌 Lecture 1: 品牌基本觀念與品牌管理 (Keller, Ch.1: Brands and Brand Management)
4	3/13	《台灣品牌之路》2:世芥蘭業/太平洋自行車 Lecture 2: 品牌權益和價值:企業觀點和消費者觀點 (Keller, Ch.2: Customer-Based Brand Equity)
5	3/20	《台灣品牌之路》3:景德光學/優盛醫學 Lecture 3: 品牌定位 (Keller, Ch.3: Brand Positioning)
6	3/27	《台灣品牌之路》4:創見資訊/曜越科技 《品牌關鍵報告》4: 康師傅/趨勢 Lecture 4: 管理品牌識別體系 (Keller, Ch.4: Brand Identity System)
7	4/03	Workshop 1: 《台灣品牌競爭力》
8	4/10	《台灣品牌之路》5:雷虎科技/台灣金峰 Lecture 5: 打造品牌與行銷策略 (Keller, Ch.5: Brand-Building & Marketing Strategy)
9	4/17	Lecture 6: 雙品牌管理
10	4/24	Lecture 7: 品牌延伸

Keller, Ch.12: Naming New Products and Brand Extensions

- | | | |
|----|------|---|
| 11 | 5/01 | Workshop 2: 策略思維《全球品牌大戰略》 |
| 12 | 5/08 | 《品牌關鍵報告》2: 聯強/捷安特
《台灣品牌之路》8: 台灣玻璃團隊/數泓科技/薩克斯風產業聚落
Lecture 8: 打造品牌與整合行銷傳播
(Keller, Ch.6: Integrating Marketing Communications) |
| 13 | 5/15 | 《台灣品牌之路》11: 必翔實業/力伽實業
《台灣品牌之路》9: 興采實業/萬國通路
Lecture 9: 打造品牌與次級品牌聯想
(Keller, Ch.7: Secondary Brand Associations) |
| 14 | 5/22 | Workshop 3: Private Label Strategy
《是誰把你的商品擠下貨架?》 |
| 15 | 5/29 | 《品牌關鍵報告》3: 瑪吉斯/美利達
《品牌關鍵報告》5: 宏達電/華碩
Lecture 10: 設計與執行品牌策略
Keller, Ch.11: Designing and Implementing Branding Strategies |
| 16 | 6/05 | 專家演講 |
| 17 | 6/12 | 期末專案報告 (1) |
| 18 | 6/19 | 期末專案報告 (2) |

課程簡介

品牌，是台灣大多企業經營者內心的痛，因為多數公司均以代工起家，並據此建立其核心能力。很多公司不是不敢奢望自創品牌、就是不知如何打造品牌、或是在此過程中繳交未曾預期的巨額學費。本課程內容分三大部份，第一部份為品牌管理理論，講授內容主要為 K. Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 再加上其他學者之理論；第二部份以台灣自創品牌有成的企業為個案研究對象，此一部份的上課方式以《台灣品牌之路》和《品牌關鍵報告》內的個案為主；第三部份為 3 本專書討論，分別探討 3 個不同的品牌議題。本課程希望透過此種三方式的結合，發揮理論和

實務結合的最佳效果。本課程中最後還會邀品牌輔導專家作一場專題演講。

課程注意事項

1. 本課程不開放旁聽，請修課的同學準時出席；禁止在課堂上吃東西；為免打斷課程進行，上課中行動電話手機一律關機。上課時間為 14:10~15:00，15:10~16:00，16:10~17:00。為了維持上課秩序，遲到者在下一個時段再進入教室。
2. 課堂參與、個案研究和專書報告
每一位同學上課前應預習該週進度，積極參與和發言，請勿腦袋空空來上課。全班同學分成 5 組，共同準備專書報告和學期專案報告。《台灣品牌之路》有 20 個個案；《台灣品牌登峰之路》有台灣十大國際品牌；《誰在玩品牌?》一書中有 20 個個案研究，每 1 組同學可由其中挑選 1 個品牌進行實地研究 (field research)，並在班上分享研究結果。欲作個案研究並在課堂上分享的小組，請於報告前一週告知，報告小組的同學最多可獲得額外加 5 分。
3. 專書報告和討論
本學期除了有 1 本教科書以外，還有 3 本專書討論，全班每一位同學都需要讀完這 3 本書並針對品牌管理議題討論。各組的簡報在該週星期日 24:00 以前將 PowerPoint 檔 e-mail 給老師和全班每一組先看，上課時每一組要發言。
4. 專家演講為暫定時間。
5. 學期專案報告(term project)--準備投影片上台報告以及當天繳交 ppt 檔案。每一組上台報告 20 分鐘，Q&A 5 分鐘，共計 25 分鐘。學期專案報告可擇下列三種方式之一：
 - (1) 現有某品牌行銷診斷
 - (2) 新品牌的行銷策略
 - (3) 新品牌經營模式創業計劃
6. 個人心得報告--4,000 至 8,000 字
務必將本學期所學融會貫通並深思後寫成心得。「學而不思則惘，思而不學則殆」，個人心得報告為你在本課程的學思所得和回憶錄，嚴禁抄襲或無意義之內容敷衍繳交。個人心得報告電子檔請於 2011/6/19 繳交，不受理逾期報告。
7. 績效評估

(1) 課堂參與和小組專書報告	40%
(2) 學期專案報告	30%
(3) 個人心得報告	30%

講授用教材

1. K. Keller, *Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity*, 3rd ed., Prentice-Hall, 2008.

討論用與自行研讀教材（粗體斜線字體為討論用書）

1. 洪順慶，《台灣品牌競爭力》，台北：天下雜誌出版社，2006 年。
2. 施振榮，《全球品牌大戰略》，台北：天下雜誌出版社，2005 年。
3. 施振榮，《品牌 12 堂課》，台北：天下雜誌出版社，2010 年。
4. 林靜宜，《捷安特傳奇：Giant 全球品牌經營學》，台北：天下文化出版社，2008 年。
5. ***N. Kumar & J. E. M. Steenkamp, Private Label Strategy: How to Meet the Store Brand challenge***, 《是誰把你的商品擠下貨架?》，台北：商智文化出版社，2007 年。
6. ***R. Chadha & P. Husband, The Cult of the Luxury Brand: Inside Asia's Love Affair with Luxury***, 《亞洲名牌聖教：破解奢華爆炸的密碼》，台北：天下雜誌出版社，2007 年。
7. 《管理雜誌》，消費者心目中理想品牌持續 25 年調查，2011.01，第 439 期。
8. 聯合晚報編輯部，《誰在玩品牌?》，台北：聯經出版社，2008 年。
9. 曾漢壽，《讓台灣品牌站上國際舞台：代工與品牌篇》，經濟部國際貿易局，2008 年。
10. 曾漢壽，《讓台灣品牌站上國際舞台：國家品牌篇》，經濟部國際貿易局，2008 年。
11. B. Schmitt, D. Rogers, K. Vrotsos, *There's No Business That's Not Show Business: Marketing in an Experience Culture*, 《懂得 Show, 就對了！— No.1 品牌的表演行銷術》，台北：台灣培生教育出版社，2004 年。
12. 《數位時代》，2010 年台灣國際品牌價值調查，2010.10，No. 197.
13. J. H. Gilmore & B. J. Pine, *AUTHENTICITY: What Consumers Really Want*, 《體驗真實：滿足顧客的真實渴望》，台北：天下雜誌出版社，2008 年。