

## 大專校院遠距教學課程－教學計畫大綱

填表說明：

1. 依據專科以上學校遠距教學實施辦法第5條：學校開授遠距教學課程，應依學校規定由開課單位擬具教學計畫，依大學法施行細則及專科學校法規定之課程規劃及研議程序辦理，經教務相關之校級會議通過後實施，並應公告於網路。前項教學計畫，應載明教學目標、修讀對象、課程大綱、上課方式、師生互動討論、成績評量方式及上課注意事項。
2. 教學計畫大綱如下，請填入教育部「大專校院課程網」或「技職校院課程網」之「課程大綱」欄位，且能有效連結閱覽。
3. 本件提報大綱為基本填寫項目，實際撰寫內容格式，學校可依需求進行調整設計。

學校名稱：國立成功大學

開課期間：108 學年度 2 學期 (本學期是否為新開設課程：是 否)

### 壹、課程基本資料 (有包含者請於打)

1.	課程名稱	品牌與行銷
2.	課程英文名稱	Branding and Marketing
3.	教學型態	<input checked="" type="checkbox"/> 非同步遠距教學 <input type="checkbox"/> 同步遠距教學 直播學校 請填列本門課程之收播學校與系所： (1)學校： 系所：
4.	授課教師姓名及職稱	高如妃 助理教授
5.	師資來源	<input checked="" type="checkbox"/> 專業系所聘任 <input type="checkbox"/> 通識中心聘任 <input type="checkbox"/> 以上合聘 <input type="checkbox"/> 其他
6.	開課單位名稱(或所屬學院及科系所名稱)	規劃設計學院 創意產業設計研究所
7.	課程學制	<input type="checkbox"/> 學士班 <input type="checkbox"/> 進修學士班 <input type="checkbox"/> 學士班在職專班 <input checked="" type="checkbox"/> 碩士班 <input type="checkbox"/> 碩士班在職專班 <input checked="" type="checkbox"/> 博士班 <input type="checkbox"/> 學院 ( <input type="checkbox"/> 二年制 <input type="checkbox"/> 四年制) <input type="checkbox"/> 專科 ( <input type="checkbox"/> 二年制 <input type="checkbox"/> 四年制) <input type="checkbox"/> 進修專校 <input type="checkbox"/> 進修學院 ( <input type="checkbox"/> 二技 <input type="checkbox"/> 四技 <input type="checkbox"/> 碩士在職專班) <input type="checkbox"/> 學位學程 ( <input type="checkbox"/> 二年制 <input type="checkbox"/> 四年制 <input type="checkbox"/> 碩士班) <input type="checkbox"/> 學分學程
8.	部別	<input checked="" type="checkbox"/> 日間部 <input type="checkbox"/> 進修部(夜間部) <input type="checkbox"/> 其他
9.	科目類別	<input type="checkbox"/> 共同科目 <input type="checkbox"/> 通識科目 <input type="checkbox"/> 校定科目 <input checked="" type="checkbox"/> 專業科目 <input type="checkbox"/> 教育科目 <input type="checkbox"/> 其他
10.	部校定 (本課程由那個單位所定)	<input type="checkbox"/> 教育部定 <input type="checkbox"/> 校定 <input type="checkbox"/> 院定 <input checked="" type="checkbox"/> 所定 <input type="checkbox"/> 系定 <input type="checkbox"/> 其他
11.	開課期限(授課學期數)	<input checked="" type="checkbox"/> 一學期(半年) <input type="checkbox"/> 二學期(全年) <input type="checkbox"/> 其他
12.	選課別	<input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修 <input type="checkbox"/> 其他
13.	學分數	3
14.	每週上課時數	平均實體 1.5小時，線上 1.5 小時。

15.	開課班級數	1
16.	預計總修課人數	20
17.	全英語教學	<input checked="" type="checkbox"/> 是 <input type="checkbox"/> 否
18.	國外學校合作遠距課程 (有合作學校請填寫)	國外合作學校與系所名稱: _____ <input type="checkbox"/> 國內主播 <input type="checkbox"/> 國內收播 <input type="checkbox"/> 境外專班 <input type="checkbox"/> 雙聯學制 <input type="checkbox"/> 其他
19.	課程平臺網址 (非同步教學必填)	MOOCS
20.	教學計畫大綱檔案連結網址	MOOCS

## 貳、課程教學計畫

一	教學目標	Innovation has been the driving force for economic growth. Over the past decades there has been a growing interest in developing a socio-cultural model for branding strategy. The focus of this course is on using culture as a source for innovation in branding to provide welfare for consumers. This course takes an interdisciplinary approach to integrate consumption, marketing, art, design, economics, sociology, anthropology, etc. to understand how business sector, which is often classified as low-culture or non-art sector, can take part in cultural innovation and still maintain a sustainable business model. This course discusses emerging thoughts that are growing in the intersection of these areas.				
二	適合修習對象	1. Graduate level students. 2. Executives who are interested in cultural innovation in branding.				
三	課程內容大綱	(請填寫每週次的授課內容及授課方式)				
		週次	授課內容	授課方式及時數 (請填時數, 無則免填)		
				面授	遠距教學	
					非同步	同步
		1	Culture, Creativity, Consumption, and Branding	3		
		2	<ul style="list-style-type: none"> <li>● From Marketing Ideology to Branding Ideology: A Context-Dependent Perspective</li> <li>● Brand Positioning and Targeting</li> </ul>		3	
		3	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Brand Resonance Model and Brand Value Chain</li> </ul>		3	
		4	Strategic Branding Case Discussion	3		
		5	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Cultural Authenticity and Branding</li> <li>● Integrated Marketing Communication &amp; Retailing</li> </ul>		3	
		6	Brand Authenticity Case Discussion	3		
		7	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Pricing Strategy</li> </ul>		3	
		8	Pricing and Brand Creativity Case Discussion	3		
		9	Mid-term Presentation/Discussion	3		
		10	<ul style="list-style-type: none"> <li>● An Introduction to Cultural Branding Model</li> </ul>		3	
		11	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Brands as Cultural Forms</li> <li>● Mega Events and Branding Innovation</li> </ul>		3	
		12	Culture as a Source for Brand Innovation Case Discussion	3		
		13	<ul style="list-style-type: none"> <li>● Brand Architecture and Brand Extension</li> </ul>		3	

		14	Brand Identity Case Discussion	3		
		15	● Branding Over Time		3	
		16	● Branding Over Geographic Boundary		3	
		17	Global Branding Case Discussion	3		
		18	Final Presentation/Discussion	3		
四	教學方式	<p>(有包含者請打✓，可複選)</p> <p>✓ 1. 提供線上課程主要及補充教材</p> <p>✓ 2. 提供線上非同步教學，次數：9次，總時數：27小時</p> <p><input type="checkbox"/> 3. 有線上教師或線上助教</p> <p>✓ 4. 提供面授教學，次數：9次，總時數：27小時</p> <p><input type="checkbox"/> 5. 提供線上同步教學，次數：__次，總時數：__小時</p> <p>✓ 6. 其它：(請說明) 線上作業討論</p>				
五	學習管理系統	<p>呈現內容是否包含以下角色及功能 (有包含者請打✓，可複選)</p> <p>1. 提供給系統管理者進行學習管理系統資料庫管理</p> <p>✓ 個人資料</p> <p>✓ 課程資訊</p> <p><input type="checkbox"/> 其他相關資料管理功能</p> <p>2. 提供教師(助教)、學生必要之學習管理系統功能</p> <p>✓ 最新消息發佈、瀏覽</p> <p>✓ 教材內容設計、觀看、下載</p> <p>✓ 成績系統管理及查詢</p> <p><input type="checkbox"/> 進行線上測驗、發佈</p> <p><input type="checkbox"/> 學習資訊</p> <p>✓ 互動式學習設計(聊天室或討論區)</p> <p><input type="checkbox"/> 各種教學活動之功能呈現</p> <p><input type="checkbox"/> 其他相關功能(請說明)</p>				
六	師生互動討論方式	<p>(包括教師時間、E-mail 信箱、對應窗口等)</p> <p>本課程分為面授與同步線上教學，各佔50%教學時數。</p> <p>1. 線上授課內容由授課教師整理品牌策略概念內容，預先錄製成12單元課程，課程內容可搭配所指定教科書學習。學生可自行上網聽課學習。並規劃線上作業與同儕討論。教師也不定時對線上討論內容提供回饋。助教亦將協助同學充分運用線上課程內容豐富學習經驗。</p> <p>2. 面授上課內容則在學生自行修習過單元後，定時進行課堂面授討論，以個案為例要求學生應用所自習的品牌策略概念於個案討論。並加上對指定研讀最新相關論文做書報討論，以期加深研究所學生的專門科目深度思考。課程並搭配學生分組實際企劃品牌策略。教師提供 Office Hours 與學生討論。</p>				

七	作業繳交方式	<p>(有包含者請打✓，可複選)</p> <p>✓ 1. 提供線上說明作業內容</p> <p>✓ 2. 線上即時作業填答</p> <p>✓ 3. 作業檔案上傳及下載</p> <p><input type="checkbox"/> 4. 線上測驗</p> <p><input type="checkbox"/> 5. 成績查詢</p> <p><input type="checkbox"/> 6. 其他做法 (請說明)</p>
八	成績評量方式	<p>Final Group Project 30%,  Group Case Analysis 25%,  On-line Homework/Participation 30%,  Off-line Seminar/ Participation 15%.</p>
九	上課注意事項	