

## 上海建桥学院课程教学进度计划表

## 一、基本信息

课程代码	2060729	课程名称	品牌管理
课程学分	2	总学时	32
授课教师	赵楠	教师邮箱	66832454@qq.com
上课班级	工商管理 B20-1、2	上课教室	周四 56 节 / 78 节二教 108; 910 节四教 103
答疑时间	周一上午		
主要教材	品牌管理, 庞守林 张汉明 丛爱静编著, 高等教育出版社, 2017 年 1 月第 1 版		
参考资料	1. 品牌 22 律, (美) 里斯 著 寿雯 译, 机械工业出版社, 2013 年 08 月 01 日 2. 时尚设计管理: 品牌视觉营销, [英] 莎拉·贝利著, 李晓慧 译, 中国纺织出版社, 2018 年 06 月 01 日 3. 战略品牌管理 (第 5 版), 让-诺埃尔·卡普费雷尔 著, 何佳讯 译, 中国人民大学出版社, 2020 年 04 月 01 日		

## 二、课程教学进度

周次	教学内容	教学方式	作业
1	1 品牌概述 (1) 了解品牌的基本概念和内涵 (2) 掌握品牌的功能与意义 (3) 掌握品牌管理组织方式	讲课	
2	2 品牌设计 (1) 掌握品牌命名的要素、原则和策略 (2) 了解品牌标志设计的思路和类型 (3) 其他品牌元素的设计	讲课	品牌塑造: 品牌设计
3	3 品牌结构 (1) 理解品牌建立的因素、作用和使用类别 (2) 品牌组合的理论与原则 (3) 统一品牌和多品牌结构的优、劣势	讲课	
4	2 品牌设计 小组设计展示	边讲边练	

注: 课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上, 并发送到教务处存档。

5	4 品牌定位 (1) 了解定位与品牌定位的概念 (2) 掌握品牌定位过程 (3) 掌握品牌定位策略	讲课	
6	5 品牌个性 (1) 了解品牌个性的界定、特征 (2) 掌握品牌个性塑造方法	讲课	
7	6 品牌文化 (1) 理解品牌文化内涵、结构 (2) 理解品牌文化的核心价值 (3) 理解品牌文化的塑造方式	讲课	
8	6 品牌文化 (1) 能够针对具体的品牌分析其品牌文化 (2) 给出具体品牌文化塑造的思路	汇报	品牌经营：品牌文化案例分析
9	7 品牌传播 (1) 了解品牌传播的基本理论 (2) 理解品牌传播的设计策略 (3) 理解新媒体的品牌传播方式 (4) 理解品牌的广告、促销和公共关系传播	讲课	
10	8 品牌延伸 (1) 了解品牌延伸的概念和动因 (2) 掌握品牌延伸的理论和策略 (3) 理解品牌延伸的影响因素和风险	讲课	
11	9 品牌运营 (1) 理解品牌联合的概念、类型和原则 (2) 理解品牌授权的概念和主要方式 (3) 了解品牌联合、品牌授权的优势 (4) 了解品牌扩张与资本运营的关系	讲课	
12	10 品牌资产 (1) 理解品牌资产的内涵和特征 (2) 理解凯勒品牌价值链理论 (3) 掌握品牌资产的要素 (4) 掌握品牌资产提升的方法和策略	讨论课	
13	12 品牌维护 (1) 了解品牌维护的内涵和意义 (2) 理解经营维护、法律维护和技术维护 (3) 掌握品牌创新与品牌重新定位的思路	讲课	

注：课程教学进度计划表电子版公布在本学院课程网站上，并发送到教务处存档。

	和方法		
14	13 品牌危机 (1) 理解品牌危机的内涵和特征 (2) 理解危机产生的原因和影响 (3) 掌握品牌危机的形成过程 (4) 掌握品牌危机管理和处理方式	讨论课	
15	14 品牌国际化 (1) 理解品牌国际化的内涵 (2) 掌握品牌国际化程度度量指标体系 (3) 了解品牌国际化的动因和障碍 (4) 理解品牌国际化的模式选择	汇报	品牌维护: 品牌国际化案例分析
16	随堂考核		

### 三、评价方式以及在总评成绩中的比例

总评构成 (1+X)	评价方式	占比
X1	出勤课堂	10%
X2	品牌设计	20%
X3	案例分析报告	40%
X4	品牌策划案	30%

任课教师:  系主任审核:

日期: 2023.2.12 