**【品牌营销与管理】**

SJQU-QR-JW-033（A0）

**【**Brand marketing and management**】**

一、基本信息

**课程代码：**【2030139】

**课程学分：**【2】

**面向专业：**【广告学】

**课程性质：**【专业选修课】

**课程类型：**【理论实验教学课】

**开课院系：**新闻传播学院

**使用教材：**VI设计与品牌战略 汪军著 北京工艺美术出版社 2016.6

辅助教材：

【《品牌管理》[周志民](http://search.dangdang.com/book/search_pub.php?category=01&key2=%D6%DC%D6%BE%C3%F1&order=sort_xtime_desc)编著  [南开大学出版社](http://search.dangdang.com/book/search_pub.php?category=01&key3=%C4%CF%BF%AA%B4%F3%D1%A7%B3%F6%B0%E6%C9%E7&order=sort_xtime_desc) 2008.8】

【《图解营销策划》马尔科姆麦克唐纳（Malcolm McDonald）、彼得莫里斯著 电子工业出版社 2014.3】

课程网站网址：

https://elearning.gench.edu.cn:8443/webapps/blackboard/content/listContentEditable.jsp?content\_id=\_12200\_1&course\_id=\_5580\_1&mode=reset

**先修课程：**【广告策划】、【全媒体营销】

二、课程简介

《品牌营销与管理》是一门建立在市场营销学和现代管理学基础上的应用性边缘学科课程，主要涉及以满足消费者需求为中心的企业品牌营运与管理活动及其规律性。

这门课程的教学要使学生明确把握品牌基础理论：即品牌的含义、品牌与产品、品牌与商标的联系与区别；品牌的价值；了解中国品牌竞争力状况、中国品牌竞争力与国际品牌竞争力的差距，品牌定位及品牌个性的主要内容等知识。并在此基础上，掌握品牌成长、品牌发展、品牌整合营销、品牌形象塑造等品牌营销及管理的主题内容。

本课程以个案教学法和项目教学法相结合的方式，通过个案研究和项目模拟，加深学生对于品牌文化、品牌资产价值，品牌创新等品牌营销及管理的理解与认识；促使学生具备品牌运营的相关执行能力和品牌意识，并能为品牌制作相关营销方案或报告，为本专业其他课程学习打下坚实的专业基础。

三、选课建议

适合广告学专业学生四年级学习。建议课程排课时，需要单科独进四节课连上，方便案例讨论及作业展示。

四、课程与专业毕业要求的关联性（必填项）

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| L011 | LO111 | 倾听广告客户的需求和诉求点。 |  |
| LO112 | 能够熟练的阐述广告方案的意图，亮点,及时调整方案的陈述。 |  |
| L021 | LO211 | 学习和借鉴广告大师和成功案例为创意策划提供素材。 |  |
| LO212 | 对新型广告创作应用技术进行延展学习和应用。 |  |
| L031 | L0311 | 能够进行广告创意联想。 |  |
| L0312 | 具备广告文案创意、口号创意和图形创意的能力。 |  |
| L032 | L0321 | 具有进行广告发布、推广活动策划能力。 |  |
| L0322 | 熟悉活动的组织流程，具有活动的相关执行技术和能力。 |  |
| L033 | LO331 | 能进行广告文案、口号的写作。 |  |
| LO332 | 能进行各类维度的广告作品设计。 |  |
| LO333 | 能根据客户的反馈对广告文案和设计作品进行有效的修改。 |  |
| L034 | LO341 | 能够将广告设计方案转化为广告执行方案 |  |
| LO342 | 熟悉各类广告制作工艺和材料。 |  |
| LO342 | 具备广告现场执行的监理能力，沟通能力，协调能力。 |  |
| L035 | L0351 | 具备广告客户、业务开发和维护能力。 |  |
| L0352 | 具有广告消费行为、营销、广告客户心理等方面的基础知识。 | ● |
| L0353 | 具备良好的品牌开发、传播的能力。 |  |
| L041 | LO411 | 遵纪守法：遵守校纪校规，具备法律意识。 |  |
| LO412 | 诚实守信：为人诚实，信守承诺，尽职尽责。 |  |
| LO413 | 爱岗敬业：了解与专业相关的法律法规，在学习和社会实践中遵守职业规范，具备职业道德操守。 |  |
| LO414 | 心理健康，能承受学习和生活中的压力。 |  |
| L051 | LO511 | 在集体活动中能主动担任自己的角色，与其他成员密切合作，共同完成任务。 |  |
| LO512 | 有质疑精神，能有逻辑的分析与批判。 |  |
| LO513 | 能用创新的方法或者多种方法解决复杂问题或真实问题。 | ● |
| LO514 | 了解行业前沿知识技术。 |  |
| L061 | LO611 | 熟练运用各类信息搜索软件和检索工具进行广告客户背景资料搜集 |  |
| LO612 | 熟练运用数据分析软件进行广告客户需求分析。 |  |
| LO613 | 熟练使用计算机，掌握常用办公软件。 |  |
| L071 | LO711 | 爱党爱国：了解祖国的优秀传统文化和革命历史，构建爱党爱国的理想信念。 |  |
| LO712 | 助人为乐：富于爱心，懂得感恩，具备助人为乐的品质。 |  |
| LO713 | 奉献社会：具有服务企业、服务社会的意愿和行为能力。 | ● |
| LO714 | 爱护环境：具有爱护环境的意识和与自然和谐相处的环保理念。 |  |
| L081 | L0811 | 具有良好的广告专业英语听说读写能力。 |  |
| L0812 | 能从4A公司和国外广告公司的案例中汲取经验。 |  |
| L0813 | 能引进世界先进水平的广告创意、执行和表现手段。 |  |

五、课程目标/课程预期学习成果（必填项）（预期学习成果要可测量/能够证明）

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| **序号** | **课程预期学习**  **成果** | **内容** | **教与学方式** | **评价方式** |
| 1 | L0352 | 能够完整的表达自己的思路及想法 | 分享、交流 | 根据课程要求进行讨论分析，团队交流，并阐述团队思路及想法。 |
| 2 | L0713 | 具备品牌调研的能力，能够通过品牌体验等方式对品牌管理进行提升和改变。 | 讲授、项目报告 | 根据相关要求，进行品牌体验，并提交品牌管理报告。 |
| 3 | LO513 | 能够把握品牌的发展新趋势，具备品牌营销及运营管理的相关知识和执行能力。 | 讲授、调研、项目报告、交流 | 根据相关要求，提交品牌营销报告。 |
|  |  |  |  |  |

六、课程内容

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 单元 | 具体内容 | 能力要求 | 知识要求 | 质量标准 |
| 1 | 第一单元品牌基础（8课时） | 1-1品牌的分类，典型案例分析 | 1-1-1把握时下最新的品牌趋势。 | 1-1-1品牌分类 | 团队协同合作，进行案例分享讨论。掌握时下最新品牌营销方式与管理方式，并对其有自己的认识与看法。 |
| 1-2 品牌营销与管理模式 | 1-2-1关注知晓时下最新的品牌营销的方式与管理的模式。 | 1-2-1品牌营销与管理流程、品牌营销与管理组织形式。 |
| 2 | 第二单元  品牌规划  （12课时） | 2-1 品牌识别及策划过程 | 2-1-1掌握品牌识别的内容，把握品牌识别的实施系统。 | 2-1-1 品牌识别系统内容、品牌识别实施系统。 | 能够通过品牌体验等方式，发现其品牌管理存在的问题，并对其进行品牌改进及品牌规划。 |
| 2-2 品牌符号及品牌体验 | 2-2-1 在品牌规划时，能够充分考虑到品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌角色、品牌传奇、品牌音乐和品牌外观等七大要素。 | 2-2-1品牌符号的七个部分：品牌名称、品牌标志、品牌口号、品牌角色、品牌传奇、品牌音乐和品牌外观。体验内容及体验媒介。 |
| 3 | 第三单元品牌传播及品牌延伸（12课时） | 3-1品牌传播 | 3-1 掌握品牌的差异化定位，掌握品牌整合营销的方法。 | 3-1-1 品牌定位、整合品牌传播。 | 选择具体品牌，结合所学的品牌知识，提交品牌营销报告。 |
| 3-2品牌延伸 | 3-2 了解品牌延伸的分类、掌握品牌授权的步骤 | 3-2-1 品牌延伸 |

七、课内实验名称及基本要求

列出课程实验的名称、学时数、实验类型（演示型、验证型、设计型、综合型）及每个实验的内容简述。

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 实验名称 | 主要内容 | 实验  时数 | 实验类型 | 备注 |
|  | 品牌营销 | 任选某一具体品牌，提交品牌营销报告。 | 8 |  | 第七周、第八周 |
|  |  |  |  |  |  |

八、实践环节各阶段名称及基本要求

列出实践环节各阶段的名称、实践的天数或周数及每个阶段的内容简述。

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| 序号 | 各阶段名称 | 实践主要内容 | 天数/周数 | 备注 |
|  | 无 |  |  |  |
|  |  |  |  |  |

九、评价方式与成绩

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| 总评构成（1+X） | 评价方式 | 占比 |
| X1 | 考勤，课堂展示及口头报告 | 30% |
| X2 | 品牌管理报告 | 30% |
| X3 | 品牌营销报告 | 40% |
|  |  |  |

撰写： 叶晶晶 系主任审核：