\+

**一、基本信息**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 课程代码 | 2030139 | 课程名称 | 品牌营销与管理 |
| 课程学分 | 2 | 总学时 | 32 |
| 授课教师 | 李艺冉 | 教师邮箱 | 19064@gench.edu.cn |
| 上课班级 | 16广告数创1、2、3； | 上课教室 | 三教120 |
| 答疑时间 | 时间 : 周一至周五下午13点——16点 地点:新闻传播学院210 电话：15300813831 |
| 主要教材 | **《品牌管理》** 张路等著 上海交通大学出版社 2018.12.1 |
| 参考资料 | 卫军英主编**《品牌营销管理》**(第2版高等院校品牌管理系列教材) 经济管理出版社。出版日期2017年4月1日。 ISBN：ISBN：9787509648841。**《品牌营销学》**(第二版) 作者：郭洪著。出版社：西南财经大学出版社，出版日期2015-07-01。ISBN：9787550420465。**《品牌策划与管理》**（第二版，通用管理系列教材·市场营销）。作者：程宇宁著。出版社：中国人民大学出版社。出版日期2014-09-1。ISBN：9787300198651。**《品牌营销与管理》**作者：董秀春著。出版社：中国财政经济出版社。出版日期：2013年10月1日。ISBN：9787509548165。 |

**二、课程教学进度**

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| 周次 | 教学内容 | 教学方式 | 作业 |
| 1 | 品牌知识概述 | 讲课、讨论 |  |
| 2 | 品牌商标及营销概述 | 讲课、讨论 |  |
| 3 | 品牌识别 作业展示 | 讲课、讨论 |  |
| 4 | 品牌营销策划与管理  | 讲课、讨论 | 品牌管理报告 |
| 5 | 品牌符号 | 讲课、讨论 |  |
| 6 | 品牌七大要素关系 | 讲课、讨论 |  |
| 7 | 品牌形象 作业展示 | 讲课、讨论 |  |
| 8 | 整合营销传播  | 讲课、讨论 | 品牌营销报告 |

**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 | 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% |
|  |  |  |
|  |  |  |

备注：

教学内容不宜简单地填写第几章、第几节，应就教学内容本身做简单明了的概括；

教学方式为讲课、实验、讨论课、习题课、参观、边讲边练、汇报、考核等；

评价方式为期末考试“1”及过程考核“X”，其中“1”为教学大纲中规定的形式；“X”可由任课教师或课程组自行确定（同一门课程多位教师任课的须由课程组统一X的方式及比例）。包括纸笔测验、课堂展示、阶段论文、调查（分析）报告、综合报告、读书笔记、小实验、小制作、小程序、小设计等，在表中相应的位置填入“1”和“X”的方式及成绩占比。

任课教师： 李艺冉 系主任审核： 日期：2019.8