

明志科技大學管理暨設計學院
數位行銷設計碩士學位學程課程綱要

課程名稱：（中文）品牌設計與管理		開課單位	數位行銷設計碩士學位學程	
（英文）Brand Design and Management		課程代碼		
可授課教師：				
學分數/時數	3/3	☐ 必修 ☒ 選修	年級/學期	下學期
先修科目或先備能力：無				
課程目標：本課程的目的在培養學生規劃與執行品牌設計流程的能力，同時也能清楚知道品牌管理流程中每個階段的意義與執行工作的重點，並做出完整傳達品牌訊息的設計。學生將學習有別於傳統數據統計的思考方式，建立品牌研究的世界觀，透過深入觀察、瞭解與批判品牌經營現象，發展具備洞察力的品牌策略。				
教科書	無			
參考書	無			
E 化教學平台	http://elearning.mcut.edu.tw/learn/index.php (E-learning)			
教學方法 (可複選)	☒ 理論講授、 ☒ 實務講授、 ☒ 個案分析、 ☐ 企業參訪、 ☐ 業師協同、 ☐ 遠距教學、 ☒ 分組實作、 ☐ 課堂練習、 ☐ 演講、 ☐ 其它_____			
評量方法 (可複選)	☐ 筆試、 ☒ 實作(作業)、 ☒ 書面報告、 ☒ 口頭簡報、 ☐ 競賽、 ☐ 其它_____			
課程綱要			培育之核心能力(請填代碼)	
單元主題	內容			
1. 品牌研究與定位導論	比較量化品牌指標與質性洞察的差異；建立數位時代的品牌世界觀。		☒ 整合數位行銷與設計專業知識之能力。 ☐ 運用數位工具與數據分析進行行銷設計之能力。	
2. 品牌理論派典與視覺設計	介紹品牌理論派典，探討如何從設計師觀點建立品牌視覺識別與核心價值。		☒ 結合創新思維與策略提出整合性行銷設計方案之能力。 ☐ 解決複雜行銷設計問題並兼顧永續與社會責任之能力。	
3. 品牌趨勢之批判性思考	學習批判性思考方法，分析生活周遭的品牌行銷現象，並建立正確的品牌批判態度。		☒ 執行行銷設計專案管理並展現跨域協作與團隊合作之能力。	
4. 消費者訪談與品牌洞察	學習撰寫問題、編輯訪談大綱，透過深度訪談技巧獲取潛在的品牌偏好與需求資料。		☐ 掌握行銷設計趨勢與國際議題並持續自我學習之能力。	

5. 品牌資料編碼與策略解讀	學習編碼流程與原則，將訪談與觀察等資料轉化為可執行的品牌管理策略。	□實踐專業與資訊倫理並展現人文關懷與社會影響力之能力。
6. 獨立研究與品牌專案實作	學習獨立研究與品牌企畫撰寫流程，產出具備社會影響力之品牌設計方案。	
評量方法：		
方式	內容	配分(%)
文獻分析	選定品牌設計與管理相關文獻進行評析，培養理論理解與批判能力。。	20%
設計實作	包含品牌訪談大綱、資料編碼紀錄及最終品牌視覺與管理企劃書。	30%
期末專題報告	分組完成期末專題報告	30%
課程參與	課堂分組討論參與與回饋表現	20%
檢核標準：		
幾乎能展現：A~A+、能展現 75%水準：B~B+、能展現 60%水準：C~C+、僅能展現 60%以下水準：F~D		

【請尊重智慧財產權，未經許可不得複製本課程內容】