

课程教学进度计划表

一、基本信息

课程名称	品牌管理				
课程代码	2060729	课程序号	10.2	课程学分/学时	2/32
授课教师	李洵旭	教师工号	24238	专/兼职	专职
上课班级	工商管理 B21-2	班级人数	24	上课教室	四教 408
答疑安排	周二 9-10 节、周五 7-8 节				
课程号/课程网站	https://mooc1.chaoxing.com/mooc-ans/course/217322945.html				
选用教材	《品牌管理》庞守林编著、9787302622697、清华大学出版社，2023 年 2 月第 3 版				
参考教材与资料	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、课程教学进度安排

课次	课时	教学内容	教学方式	作业
1	2	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	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

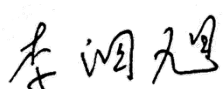

3	2	3 品牌结构 (1) 理解品牌建立的因素、作用和使用类别 (2) 品牌组合的理论与原则 (3) 统一品牌和多品牌结构的优、劣势	讲课	
4	2	2 品牌设计 小组设计展示	边讲边练	
5	2	4 品牌定位 (1) 了解定位与品牌定位的概念 (2) 掌握品牌定位过程 (3) 掌握品牌定位策略	讲课	
6	2	5 品牌个性 (1) 了解品牌个性的界定、特征 (2) 掌握品牌个性塑造方法	讲课	
7	2	6 品牌文化 (1) 理解品牌文化内涵、结构 (2) 理解品牌文化的核心价值 (3) 理解品牌文化的塑造方式	讲课	
8	2	6 品牌文化 (1) 能够针对具体的品牌分析其品牌文化 (2) 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 案例分析
9	2	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	2	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	讲课	

		(3) 理解品牌延伸的影响因素和风险		
11	2	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	2	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	2	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和方法	讲课	
14	2	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	2	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	2		汇报	

三、考核方式

总评构成	占比	考核方式
------	----	------

X1	10%	出勤课堂
X2	20%	品牌设计
X3	30%	案例分析报告
X4	40%	品牌策划案

任课教师:  (签名) 系主任审核:  (签名) 日期: 2025. 2. 18