

《品牌管理》课程教学大纲

一、课程基本信息

课程名称	品牌管理				
	Brand management				
课程代码	0060497	课程学分		2	
课程学时	32	理论学时	16	实践学时	16
开课学院	职业技术学院	适用专业与年级		工商企业管理 二年级	
课程类别与性质	专业必修课	考核方式		考试	
选用教材	《品牌管理》陈锋、ISBN 9787300277714、中国人民大学出版社、第一版			是否为马工程教材	否
先修课程	消费心理学 0040180 (2)				
课程简介	<p>一、目的</p> <p>品牌管理是指企业或组织对其品牌进行策略性的规划、建设、推广和维护的过程。它涉及到品牌的定位、形象塑造、传播策略等方面，旨在建立和增强品牌的价值、认知度和影响力，从而实现企业的长期竞争优势。</p> <p>二、内容</p> <p>本课程学习的主要知识点和基本要求：（1）掌握品牌内涵的本质，避免惯性认知对实践的思维误导；（2）结合战略管理思维，把握品牌策略的总体逻辑和策略框架；（3）熟悉顾客感知视角下品牌五维价值模型和价值要素关系；（4）掌握品牌调研诊断的方法，熟悉不同情景下品牌管理任务识别方法；（5）掌握品牌定位分析、传播策划工具等相关实操工具的运用；（6）熟悉提升品牌认知体验和品牌忠诚度管理的思维与方法；（7）了解创新驱动为主导的品牌价值创新与递进路径；（8）工业品牌、组织品牌、产业集群区域品牌、城市品牌、个人品牌等领域的应用。</p> <p>三、预期成果</p> <p>学完本课程时，学生基本掌握终端管理者从事品牌管理工作所应具备的各方面知识，并具备积极心态、加强其责任感并提升综合职业素养。</p>				
选课建议与学习要求	本课程面向商贸类专业，二年级开设。要求具备一定的市场营销知识。				
大纲编写人			制/修订时间	2024.01	
专业负责人			审定时间	2024.01	
学院负责人			批准时间	2024.01	

二、课程目标

类型	序号	内容
知识目标	1	学习并理解品牌管理的基本概念和原理；掌握品牌策略和定位，包括品牌定位、品牌扩展、品牌伸缩等方面的知识。他们需要了解如何通过品牌定位来区分自己与竞争对手，在消费者心目中建立独特的品牌形象。
技能目标	2	1 能够运用所学知识识别品牌；2 能够运用所学对设计品牌标志；3 能够运用所学进行品牌文化塑造；4 能够运用所学知识实践多品牌战略、家族品牌战略；5 能够运用所学知识实践奢侈品品牌战略；6 能够运用所学知识进行品牌传播和扩张；7 能够运用所学知识进行品牌的自我保护；8 能够在实践中进行品牌的危机管理。
素养目标 (含课程思政目标)	3	培养品牌管理的思维方式和能力；深刻认识品牌道德和社会责任的重要性。

三、实验内容与要求

(一) 各实验项目的基本信息

序号	实验项目名称	实验类型	学时分配		
			理论	实践	小计
1	品牌识别	④	3	3	6
2	品牌元素设计	④	3	3	6
3	品牌形象塑造	④	3	3	6
4	品牌战略	④	3	3	6
5	品牌传播与扩张	④	2	2	4
6	品牌维护与危机管理	④	2	2	4

实验类型：①演示型 ②验证型 ③设计型 ④复合型

(二) 各实验项目教学目标与教学内容以及要求

实验 1：品牌识别
目标：了解品牌标识和视觉识别系统的基本原则和要素，掌握品牌标识设计和开发的方法和技巧。
内容：

1 品牌标识和视觉识别系统：品牌标识的定义和作用、视觉识别系统的构成和要素、品牌色彩、字体、图形等元素的选择和设计原则；

2 品牌标识设计和开发：品牌标识设计的流程和方法、品牌标识设计的创意和实现、品牌标识的测试和验证；

3 品牌标识评估和改进：品牌标识的评估方法和指标、品牌标识的改进和更新策略、品牌标识和视觉识别系统的一致性和连贯性维护

要求：能够评估和改进品牌标识和视觉识别系统。。

实验 2：品牌元素设计

目标：了解品牌元素的种类和作用，掌握品牌元素的设计原则和方法。

内容：

- 1 品牌元素的种类和作用：品牌名称和口号的设计原则、品牌声音和音乐的运用、品牌形象和角色的塑造、品牌故事和传播的力量。
- 2 品牌元素设计原则和方法：目标受众和品牌定位的关系、品牌元素的可识别性和差异化、品牌元素的一致性和连贯性。
- 3 品牌元素设计策略：品牌名称和口号的创意和表达、品牌声音和音乐的情感连接、品牌形象和角色的塑造和传播、品牌故事和传播渠道的选择。

要求：能够运用不同的品牌元素设计策略来构建独特的品牌形象。

实验 3：品牌形象塑造

目标：了解品牌形象的重要性和作用，掌握品牌形象塑造的基本原则和方法。

内容：

- 1 品牌形象的重要性和作用：品牌形象对消费者购买决策的影响、品牌形象与品牌认知、品牌联想的关系、品牌形象在市场竞争中的优势；
- 2 品牌形象塑造的基本原则和方法：品牌定位和目标受众的关系、品牌价值观和个性的表达、品牌故事和情感连接的建立、品牌视觉和视觉识别系统的设计。
- 3 品牌形象塑造的策略和工具：品牌定位和差异化的策略、品牌故事和用户体验的传播、品牌大使和合作伙伴的选择、品牌活动和社交媒体的运用。

要求：能够运用不同的策略和工具来打造独特的品牌形象。

实验 4：品牌战略

目标：了解品牌战略的重要性和作用，掌握品牌战略制定的基本原则和方法。

内容：

- 1 品牌战略的重要性和作用：品牌战略对企业长期竞争力的影响、品牌战略与企业定位、市场增长的关系、品牌战略在市场细分和目标受众中的作用。
- 2 品牌战略制定的基本原则和方法：品牌目标和愿景的设定、品牌定位和差异化的选择、品牌扩展和多元化的决策、品牌联盟和合作伙伴的建立。
- 3 品牌战略的策略和工具：品牌扩张和市场渗透的策略、品牌创新和产品开发的推动、品牌推广和营销传播的实施、品牌管理和维护的措施。

要求：能够运用不同的策略和工具来建立和推进品牌战略。

实验 5：品牌传播与扩张
<p>目标：了解品牌传播和扩张的重要性和作用，掌握品牌传播和扩张的基本原则和方法。</p> <p>内容：</p> <p>1 品牌传播和扩张的重要性和作用：品牌传播和扩张对企业增长和市场占有率的影响、品牌传播和扩张与品牌知名度和美誉度的关系、品牌传播和扩张在品牌定位和品牌战略中的作用。</p> <p>2 品牌传播和扩张的基本原则和方法：品牌推广和营销传播的策略、品牌口碑和用户体验的管理、品牌扩张和多元化的决策、品牌联盟和合作伙伴的建立。</p> <p>3 品牌传播和扩张的策略和工具：品牌宣传和广告投放的实施、品牌社交媒体和数字营销的运用、品牌赞助和活动营销的推动、品牌扩张和跨界合作的实现。要求：能够运用不同的策略和工具来推广和扩展品牌。</p>
实验 6：品牌维护与危机管理
<p>目标：了解品牌维护和危机管理的重要性和作用，掌握品牌维护和危机管理的基本原则和方法。</p> <p>内容：</p> <p>1 品牌维护和危机管理的重要性和作用：品牌维护和危机管理对企业声誉和信誉的影响、品牌维护和危机管理在品牌保护和风险控制中的作用、品牌维护和危机管理与企业长期发展的关系。</p> <p>2 品牌维护和危机管理的基本原则和方法：品牌形象和声誉的管理、品牌风险和危机的识别和预防、品牌危机的应对和管理、品牌危机后的恢复和重建。</p> <p>3 品牌维护和危机管理的策略和工具：品牌形象和声誉的塑造和传播、品牌风险和危机的监测和评估、品牌危机的应对和管理策略、品牌危机后的公关和舆情管理。</p> <p>要求：能够有效应对品牌危机和管理品牌声誉。</p>

(三) 各实验项目对课程目标的支撑关系

课程目标 \ 实验项目名称	1	2	3	
品牌识别	√	√		
品牌元素设计	√	√	√	
品牌形象塑造	√	√	√	
品牌战略	√	√	√	
品牌传播与扩张	√	√	√	
品牌维护与危机管理	√	√		

四、课程思政教学设计

<p>品牌管理课程融入思想政治教育元素，以培养学生的思想政治素养和品牌管理能力。以下是一些思政教育在运筹学课程中的体现方式：</p> <p>强调企业社会责任：在品牌管理课程中，可以引导学生关注企业的社会责任，包括环境保护、公益慈善等方面。通过案例分析和讨论，让学生了解企业如何通过品牌管理实践来履</p>
--

行社会责任，以及企业在社会发展中的角色和责任。

引导思考品牌价值观：品牌是企业的形象和价值的体现，它所传递的价值观对社会和消费者有深远影响。在课程中，可以引导学生思考品牌所代表的价值观，以及这些价值观与社会主义核心价值观的关联。通过讨论和案例分析，让学生意识到品牌管理需要与社会主义核心价值观相一致，并探索如何通过品牌管理来传递和引领社会主义核心价值观。

强调法治意识：品牌管理涉及到知识产权、商标注册等法律问题，因此在课程中可以强调法治意识的重要性。通过案例分析和讨论，引导学生了解品牌管理需要遵守相关法律法规，并探讨法治精神在品牌维护和发展中的作用。

文化价值观：品牌是一个文化符号，应该具有符合社会价值观的文化内涵。思政元素要求品牌管理者关注并尊重不同文化价值观，以及品牌如何通过文化元素来传递品牌形象和价值观。

引导社会责任思考：品牌管理不仅仅是企业内部的管理活动，还涉及到与消费者、社会和环境的关系。在课程中，可以引导学生思考品牌管理对社会的影响和责任，并讨论如何通过品牌管理来推动社会进步和可持续发展。

道德伦理：品牌管理中涉及众多道德伦理问题，例如诚信、公平竞争、消费者权益等。思政元素要求品牌管理者在决策和操作中遵循道德原则，注重正义和公平，尊重消费者的权益。

建设和谐社会：品牌管理不仅是为了商业利益，也应该努力为社会发展做出贡献。思政元素要求品牌管理者应关注社会问题，通过品牌影响力和资源回报社会，推动社会和谐与进步。

总之，在品牌管理课程中融入思想政治教育的元素，有助于培养学生的社会责任感、价值观意识和法治素养，使其能够在实践中运用品牌管理知识并遵守相关法律法规。同时，也能帮助学生认识到品牌管理对社会的影响和责任，培养他们的社会责任感和公民意识。

五、课程考核

总评构成	占比	考核方式	课程目标				合计
			1	2	3		
1	40	期终开卷考核	40	40	20		100
X1	20	平时表现			100		100
X2	20	课堂作业	100				100
X3	20	课堂测验	50	50			100

六、其他需要说明的问题

无