

《品牌管理》课程标准

理论学时数：36

实训学时数：18

适用专业范围及层次：全日制专科市场营销专业、工商企业管理专业

学分：3

考核方式：考查

编制人：罗帆帆

说 明

一、课程性质与作用

《品牌管理》是市场营销专业的核心技能课程，本课程直接对应专卖店（商场专柜）店长工作岗位，这一岗位是大部分毕业生首岗就业后通过职业发展可晋升的期望岗位。本课程是在学生已经初步掌握管理学、市场营销学等理论知识的基础上，通过仿真模拟的各项工作任务，将各种知识综合运用，以训练学生从事品牌管理的各项能力。它以《管理学》、《市场营销》等课程的学习为基础。

二、课程目标

本课程通过零售终端管理工作任务引领的项目活动，使学生了解品牌，进行品牌元素设计，通过品牌个性与文化塑造提升品牌形象，多品牌战略与家族品牌战略，将品牌打造成奢侈品，品牌向全世界传播与扩张、同时做好品牌维护与危机管理。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。

三、教学时间分配

序号	工作任务	知识要求	技能要求	学时
1	品牌概述	1. 掌握品牌的由来 2. 熟悉品牌的魅力 3. 熟悉品牌识别 4. 熟悉品牌属性六要素 5. 理解品牌分类	1. 能够举例说明品牌的由来 2. 能够运用所学知识识别品牌 3. 能够进行品牌分类	9

2	品牌元素设计	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌命名原则 2. 熟悉品牌常用命名方法 3. 掌握品牌命名的步骤 4. 熟悉品牌命名的决策 5. 掌握品牌标志的内涵及作用 6. 掌握品牌标志的形式与法则 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用所学知识对品牌命名 2. 能够对品牌命名进行决策 3. 能够运用所学对设计品牌标志 	9
3	品牌形象塑造	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌定位内涵、原则和策略 2. 熟悉品牌文化内涵、作用 3. 熟悉品牌文化塑造 4. 熟悉品牌个性要素 5. 熟悉品牌个性形态 6. 熟悉品牌个性因素 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用所学知识对品牌定位 2. 能够运用所学进行品牌文化塑造 3. 能够运用所学进行品牌个性塑造 	9
4	品牌战略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握多品牌战略定义、种类、作用和管理 2. 熟悉家族品牌内涵 3. 掌握副品牌内涵 4. 熟悉品牌延伸的定义和种类 5. 掌握品牌延伸的好处与风险 6. 掌握影响品牌延伸的因素 7. 掌握奢侈品品牌战略 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用所学知识实践多品牌战略、家族品牌战略 2. 能够运用所学知识实践品牌延伸战略 3. 能够运用所学知识实践奢侈品品牌战略 	9
5	品牌传播与扩张	<ol style="list-style-type: none"> 1. 掌握品牌传播概述 2. 熟悉品牌传播的方式 3. 掌握品牌扩张概述 4. 熟悉品牌扩张的技巧 5. 掌握品牌扩张的策略 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 能够运用所学知识进行品牌传播 2. 能够运用所学知识进行品牌扩张 3. 能够熟练运用品牌扩张的技巧和策略 	9

6	品牌维护 与危机管 理	1. 掌握品牌的经营维护 2. 熟悉品牌的自我保护 3. 掌握品牌的社会维护 4. 熟悉品牌的危机管理	1. 能够运用所学知识进行 品牌的自我保护 2. 能够在实践中进行品牌 的危机管理	9
总学时				54

四、教学内容与要求

1. 课程安排每周3学时，每学期18周，共54学时。加强对实际职业能力的培养，强化案例引导教学和项目教学，案例教学、项目教学或任务训练等，都要紧紧围绕职业能力目标来进行。

2. 教学中要体现学生主体，通过合理分配“教”与“学”时间，保证教学互动时间，体现学生主体；通过选用特色活动项目，由教师提出要求或示范，由学生具体执行，其他人点评，来体现学生主体；通过校中店以及商场、百货公司现场观摩交流品牌等多项任务，让学生在活动中增强职业意识，来体现学生主体。

3. 教学中注意融合知识、案例、管理故事等多方位提升管理理念。采用情景模拟、角色扮演、案例分析、视频解析、绩效评比和小组汇报等多种教学方法；利用视觉、听觉、触觉等多种感官融合，让学生体悟深层次团队合作；通过案例、视频等教学素材全方位支撑教学内容。

4. 任务设计中，引入竞争机制、模拟企业真实环境、让学生对比不同管理方式所产生的不同的结果，进而提炼有效管理方式。

5. 教学中，要定期、随机进行德育教育。定期是指要确定育人的意识，时刻不要忘记育人的责任；随机是指育人的工作要渗透在每次课的教学中，随时随地，有感而发，效果会很好。达到知识、技能和态度的有机统一。

五、学生学习要求

考核方式：考查

成绩评定：品牌设计单

总评成绩构成：平时成绩40%+考查成绩60%

平时成绩构成：学生考勤及平时表现（作业、小组汇报情况）

六、教材及主要教学参考书

教材：《品牌管理》陈锋 袁玉玲主编 中国人民大学出版社

参考书：《品牌管理》苏勇 史建勇 何智美编著 机械工业出版社