品牌管理课程简介

课程名称（中文）：品牌管理 课程性质：专业选修课

（英文）：Brand services

课程编号： 开课单位：工商管理系

学 分：2 总 学 时：32

先修课程：市场营销学、公共关系学 适用对象：工商管理类、其他管理类专业

课程主要内容：

《品牌管理》是一门建立在市场营销学和现代管理理论基础上的应用性学科。主要研究以满足消费者需求为中心的企业品牌营运与管理活动及其规律性。通过本课程的学习，了解品牌培育和品牌运营两方面的内容。品牌培育部分包括：品牌的概念、特征、核心价值以及管理模式，品牌设计的原则和方法，品牌决策与品牌结构，品牌定位和品牌延伸的理论、方法和策略，国内外品牌个性的内容和特征及个性打造思路，品牌整合传播的途径和策略。品牌运营部分包括：品牌的经营维护、法律维护及应对品牌危机的思路、策略，品牌联合、品牌授权和品牌在资本市场的运营模式，建立品牌的知名度、美誉度、品质认知、品牌联想及提升品牌忠诚度的思路和方法，评估品牌资产的方法和模型，品牌国际化与本土化的有效途径。通过学习，学生建立起品牌管理意识，树立市场营销观念，比较全面系统地掌握品牌管理的基本理论和基本方法提，培养和提高正确分析和解决品牌营运与管理管理问题的能力，较好地适应市场营销管理工作实践的需要，有效地迎接21世纪社会经济发展中将要面临的新问题、新挑战。

参考书目：

1. 庞守林，《品牌管理》（第二版），清华大学出版社，2016.04；
2. 朱立，《品牌管理》（第二版），高等教育出版社，2015.07；
3. 黄静，《品牌管理》（第二版），武汉大学出版色号，2015，11；
4. 周志民，《品牌管理》，南开大学出版社.2008.08；
5. 余明阳，《品牌管理学》，复旦大学出版社，2006.12。