

## 2019「品牌個案」專刊稿約

### Management Case Review Special Issue on Brand Cases — Call For Cases

#### 【專刊主編】

林芬慧 國立中山大學資訊管理學系教授

#### 【專刊主題】

個案教學方法在國內已獲得各大學的重視，許多大學教授也投入撰寫個案，並累積為數不少的產業個案。然而，在企業面臨強烈的國際競爭與產業轉型的情勢下，朝向自有品牌或國際化的策略方向前進時，國內仍較缺乏以「品牌」為主題的教學個案，以供學界或產業界學習和參考。企業經營品牌，必須將企業經營的所有面向，都緊密連結到品牌的核心價值。而明確清楚和差異化的定位，則是奠定品牌能深入人心的基礎。本專刊由國內的百年老店，舊振南食品贊助，期許有更多的學者投入品牌個案的撰寫和教學，強化品牌經營知識之傳播與創新，並提升國內各界人士對品牌經營的重視和瞭解。本刊將於2019年初舉辦品牌個案研討會，並預計於2019年出版「品牌個案」專刊，獲得收錄的論文將有每篇伍萬元的獎勵。投稿論文主題建議如下，但是不限於這些主題。投稿個案可就品牌議題自訂相關本文或教學內容。

- 品牌與產品設計、行銷、廣告、美學
- 品牌企業的客戶關係管理
- 品牌企業的零售管理
- 品牌的併購與成長策略
- 製造業的品牌化
- 品牌企業的永續議題
- 奢侈、精品、時尚產業
- 品牌事業如何經營社群媒體
- 品牌的公關議題或危機處理
- 品牌企業的企業社會責任

#### 【本專刊評審程序與規定】

- 由本專刊之主編中山大學資訊管理學系林芬慧教授，將依來稿之性質籌組編輯委員會進行評審。
- **獎勵：經審查通過，獲得接受刊登之個案，每篇頒發獎金新台幣伍萬元。**
- 本專刊之初審將以研討會發表方式進行，研討會的方式將視投稿狀況於**2019年1月14日**公告於光華管理策進基金會網站 (<http://www.mars.org.tw>)。
- 每一篇投稿個案必須有一位作者參加初審研討會，否則視為棄權。
- 依據品牌個案研討會當日的審查結果，確認進入複審的稿件。
- 自複審稿件中最後選取四到十篇著作刊登於本特刊。
- 簽署合作廠商授權書：真實公司之田野個案 (Field Case) 請另附公司授權書 (用印正本)，於稿件被接受刊登後繳交。無法取得授權則逕行退稿，不得有異議。
- 來稿請寄電子檔至 [mcr.kunghwa@gmail.com](mailto:mcr.kunghwa@gmail.com)，主旨請標註：「品牌個案專刊\_篇名」。
- 詳細專刊論文投稿必備之條件及辦法，請至《管理個案評論》網站查詢 <http://www.mars.org.tw/>。

#### 【重要時程】

- 徵稿截止日期：2019年1月7日(週一)
- **初審「2019品牌個案研討會」日期：2019年1月19日(週六)** / 地點：國立中山大學
- 複審截稿日期：2019年2月18日(週一)
- 《管理個案評論》「品牌個案專刊」出刊日期：預計2019年6月