

品牌價值和消費者購買 行為的關聯性—— 以星巴克為例

自主學習專題研究

51321 江筑芸 51334 林佳縈





學習動機

1. 學校公民課程的學習延伸
2. 對星巴克品牌價值塑造的好奇
3. 對未來就讀大學系所有所助益

計畫類別

#相關學科

公民

#延伸學習

專題報告

學習目的

- 1 認識品牌價值
- 2 了解星巴克成為全球最大咖啡品牌原因
- 3 藉由星巴克分析品牌價值與消費者購買行為的關聯性



學習策略



01

查詢網路資料、期刊、論文

02

設計問卷、問卷分析

03

運用SWOT、行銷4P分析

04

將星巴克與路易莎做簡單對比

SWOT 團隊戰力分析

S

1. 團隊間協作和溝通能力強
2. 具備良好的組織能力
3. 具備快速學習能力
4. 優異的團隊合作精神

O

1. 可透過學習拓展專業能力
2. 與未來大學科系相關
3. 學習到行銷的相關技能
4. 校內有舉辦自主學習比賽

W

1. 缺乏實際行銷經驗
2. 需更多經驗來完善分析技能
3. 時間管理不佳
4. 容易分心

T

1. 缺乏行銷方面的專業知識
2. 時間緊迫
3. 面臨學業及自主學習的壓力

我們的心得

江筑芸

此次自主學習對我而言最大的收穫是增加**對資料蒐集的敏銳度、國際視野與解決問題的能力**。我更了解到一個品牌成功背後有各式因素的支持，以及企業策略的重要性。

林佳縈

這次自主學習的經驗使我**提高資料搜集、組織、分析和撰寫能力**。星巴克的堅持、獨特的消費體驗及全球擴張，讓我了解，企業必須具備靈活性和對不同環境的包容。



我們的反思

01 對品牌價值、企業策略的思考

02 需加強英文能力

03 時間的管理



Thank you for listening!

感謝您的耐心聆聽，敬請不吝指教！

