

科目大綱

科目名稱：品牌與宣教使命

科目英文名稱：Brandissionary

科目類別：實用工作坊

科目系列：網路營商宣教實用系列

科目編號：A6711CM

講 師：史蒂芬 網路媒體宣教士, Jesus OnLine(Asia). Missional Pastor, DoMiSo Co-Church.

授課語言：粵語 / 普通話

教學模式：時空無間教學模式

學習模式：旁聽形式

費 用：US\$231

註：若購買《年度旁聽證》的方式選讀，則每科只需 US\$100

請瀏覽：<https://cost.nytec.net/ap/> 或 掃描右邊的二維碼：



上課日期：按照您所選的季度來計算，就是在該季度的第一個主日後的週一開始上課至該季度的最後一天。

舉例而言，倘若您選了第二季度(即4月至6月)的科目，那上課的日期便是由4月第一個主日後的週一至6月30日為止。

上課時間：在該季度中，您可每週自行到網上收看一課的教學視頻；換言之，在該週任何時間都可以收看，並可多次重看。

科目簡介：每個品牌都代表著一個夢想的實踐

此科目初探如何在訊息超載的網絡元世代裡，學習創造與眾不同的定位·美學·價值的品牌

創新是一種實踐。

創意是一個意念，品牌便是一個把夢想實踐的意念延伸！

在新網絡媒體世代，建立一個有持續影響力的創新品牌能對社會產生無限的正能量和反思

而品牌本身也不知不覺地滲透出品牌創始人的生命意義及使命 和造物主那份奇妙的創造與美善。

“讓自家的元創品牌飛，成為一種深刻而長久的烙印” 史蒂芬, CBO.

科目內容：

第一課：品牌的定義及其劃時代宣教意義

- 什麼是品牌？
- 品牌的力量：從品牌認同到品牌忠誠
- 基督教組織如何建立品牌

第二課：品牌策略與基督教文化的結合

- 了解目標市場和受眾
- 建立基督教品牌的核心價值
- 如何通過故事傳達品牌信息

第三課：人類文化信息傳遞系統

- 定義和主要概念（ Paul G. Hiebert ）
- 如何在品牌建立中利用人類文化信息傳遞
- 文化元素與信息傳播

第四課：品牌與文化傳播的實例分析

- 分析幾個成功的基督教品牌案例
 - 如何在當代社會中有效傳遞基督教的文化信息
- 從失敗的案例中學習