

100-1 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	國際行銷	科目序號 / 代號	0945 / BAM3012
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	鄭焜中	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(三)123 / B304	授課語言別	中文

課程簡介

面對全球化浪潮，企業對全球市場的演變愈瞭解，愈有助其國際競爭力的提升。本課程旨在剖析全球行銷的基本概念與經營策略，以提供同學國際行銷之正確觀念。本課程主要內容包括全球行銷環境、全球行銷策略與全球行銷組合等。本課程目的在使學生瞭解國際行銷理論與實務，建立國際市場基本分析能力與國際行銷策略之企劃基礎。講授內容包括：國際行銷概念、國際行銷環境、國際市場研析、國際行銷策略、國際企業概述

課程大綱


全球行銷環境. 國際策略規劃與國家競爭優勢. 國際行銷之組織結構與控制. 國際行銷研究. 產品策略. 訂價策略. 整合行銷溝通策略. 通路策略.

基本能力或先修課程


企業概論、管理學、行銷管理


課程與系所基本素養及核心能力之關連

溝通能力

 團隊合作能力

 創造力

 道德關懷

 管理專業能力

教學計畫表

系所核心能力	權重(%) 【A】	檢核能力指標(績效指 標)	教學策略	評量方法及配分 權重	核心能力 學習成績 【B】	期末學習 成績 【C=B*A 】
--------	--------------	------------------	------	---------------	---------------------	---------------------------

團隊合作能力	10%	透過與同儕互動、分工與互助以達成特定目標的能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 小組合作 學生上台報告	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	10
創造力	10%	產生新穎想法並付諸實行的能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 學生上台報告	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	10
道德關懷	5%	具備人文素養、同理心及對環境的關心	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	5
管理專業能力	75%	具備生產、行銷、人事、研發、財務之各領域專業知識及實務能力	講述法 小組討論 校外參訪 個案討論 學生上台報告	小考: 40% 期中考: 20% 期末考: 40%	加總: 100	75

成績稽核

小考: 40%
 期末考: 40%
 期中考: 20%

教科書(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
自編教材	鄭焜中			0
Global Marketing	Warren J. Keegan, Mark C. Green		Prentice Hall	2007

參考教材及專業期刊導讀(尊重智慧財產權，請用正版教科書，勿非法影印他人著作)

書名	作者	譯者	出版社	出版年
Journal of Marketing	Various			0
Journal of Marketing research	Various			0
Journal of International Business	Various			0

上課進度		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	Intro	80	0	20	0	0
2	區域經濟整合	80	0	20	0	0
3	國際政治/文化環境	80	0	20	0	0
4	政治風險之管理	80	0	20	0	0
5	國際行銷策略	80	0	20	0	0
6	國際產品管理-基本概念及其屬性	80	0	20	0	0
7	國際產品管理-策略規劃與控制	80	0	20	0	0
8	國際配銷管理-進入國際市場	80	0	20	0	0
9	期中評量	0	0	100	0	0
10	國際行銷研究或企業參訪	80	0	20	0	0
11	國際配銷管理-通路決策	80	0	20	0	0
12	國際整合行銷溝通策略(一)	80	0	20	0	0
13	國際整合行銷溝通策略(二)	80	0	20	0	0
14	國際定價管理	80	0	20	0	0
15	國際策略規劃與國家競爭優勢	80	0	20	0	0
16	企業倫理專題	80	0	20	0	0
17	個案	80	0	20	0	0
18	期末評量	0	0	100	0	0