

100-2 大葉大學 完整版課綱

基本資訊

課程名稱	國際經營策略	科目序號 / 代號	2559 / IBR5130
開課系所	國際企業管理學系碩士班	學制 / 班級	研究所碩士班2年1班
任課教師	魏志雄	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)234 /	授課語言別	中文

課程簡介

本課程之目標為協助同學瞭解全球營運環境及全球策略的規劃與執行，課程內容除了強調專業能力的訓練之外，亦重視個人之解決問題能力、溝通能力、及倫理觀之培養，期能使同學掌握瞭解國際經營策略的概念與內涵，並具備良好之社會適應力。

課程大綱

- 第1章 全球範圍的戰略
- 第2章 管理產業競爭
- 第3章 巧用資源與能力
- 第4章 強調制度、文化和道德規範
- 第5章 創業企業的成長與國際化
- 第6章 進入國外市場
- 第7章 發揮戰略聯盟與網絡的作用
- 第8章 管理全球競爭動態
- 第9章 多元化、收購與重組
- 第10章 跨國經營中的結構、學習與創新
- 第11章 在全球範圍內進行公司治理
- 第12章 公司社會責任戰略

基本能力或先修課程

NA

課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  探索研究
-  管理專業
-  國際視野
-  社會倫理
-  溝通合作
-  創新思考

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 】
探索研究	15%	具備發現問題、剖析問題之觀察度與敏銳度，具備運用資訊，尋找解決問題方法的能力。	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15
管理專業	45%	了解組織體制與管理運作概念，同時具備推理、解釋與運用資訊、解決問題、制訂決策，以及學習如何學習的能力。	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	45
國際視野	10%	能夠檢視不同國家、文化間的差異、且能夠體會不同國家、文化對個人行為、態度和溝通的影響	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	10
社會倫理	10%	瞭解專業倫理及社會責任，培養自我省思及人文關懷的能力	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	10
溝通合作	15%	能向他人學習、教導他人或對現狀進行檢討反思，且能使用口語、書面或其他形式適切地表達，同時且具備參與、溝通協調、合作之精神，能在多元文化環境中執行所交付的任務。	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	15
創新思考	5%	能以創新的思維來發現問題及分析、解決問題的能力。	講述法 個案討論 學生上台報告 專題報告	期中考: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 10% 口頭報告: 10% 書面報告: 20%	加總: 100	5

成績稽核

期中考: 20%

期末考: 20%

書面報告: 20%

課堂討論: 20%

口頭報告: 10%

課程參與度: 10%

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
Strategic Management And Competitive Advantage: Concept and Cases	Barney, J and Hesterly, W		Pearson Education, Inc. Boston, MA 02116.	2010

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
Strategic International Management	Parboteeah And Cullen		South-Western	2011

上課進度

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	第一章 變動世界中的多國管理	70				30
2	第二章 文化與多國管理	70				30
3	第三章 多國管理的制度背景	70				30
4	第四章 多國籍公司的策略執行:內容與制定	70				30
5	第五章 多國與參與策略:內容與制定	70				30
6	Case one: Wal-Mart Stores Inc. in 2008	70				30
7	Case two: JetBlue Airways	70				30
8	期中考	70				30
9	第七章 多國籍公司的組織設計	70				30
10	第八章 國際策略聯盟:設計與管理	70				30
11	第九章 多國電子商務:策略與結構	70				30
12	第十章 國際人力資源管理	70				30
13	Case three: LVMH	70				30
14	第十一章 在地背景下的人力資源管理:了解何時與如何適應	70				30
15	第十二章 國際談判與跨文化溝通	70				30
16	第十三章 多國籍公司的激勵	70				30
17	第十四章 多國籍公司的的領導與管理行為	70				30

