

## 101-2 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	2284 / TDR5019
開課系所	生物科技博士學位學程	學制 / 班級	研究所博士班1年1班
任課教師	張魁	專兼任別	專任
必選修 / 學分數	選修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(六)234 / B204	授課語言別	中文

### 課程簡介

本課程以全球行銷觀點為基礎，探討全球行銷相關的議題。透過國際經濟與國際環境的了解，思考全球策略佈局和進出策略，從而建立一個系統性的思想架構與處理全球行銷的實務性問題。





### 課程大綱

- 第一章 國際行銷學導論
- 第二章 全球經濟環境
- 第三章 社會環境與文化環境
- 第四章 國際行銷的政治、法律與管制環境
- 第五章 全球資訊系統與市場研究
- 第六章 市場區隔、瞄準目標市場與定位
- 第七章 全球市場進入策略：授權、投資與策略聯盟
- 第八章 全球行銷的品牌與產品決策
- 第九章 定價決策
- 第十章 國際行銷通路與實體配銷
- 第十一章 國際行銷傳播決策(一)：廣告與公共關係
- 第十二章 國際行銷傳播決策(二)：促銷、人員銷售與行銷溝通的特殊形式
- 第十三章 競爭優勢的策略性要素
- 第十四章 領導能力、組織與企業社會責任
- 第十五章 數位革命與全球電子市集

### 基本能力或先修課程

行銷管理

### 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  具備以生物科技為核心之跨領域多元化學習能力
-  具備生物科技專業研究與應用之能力
-  具備生物資源開發與利用之能力
-  具備生命科學基礎知識能力

## 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】
具備以生物科技為核心之跨領域多元化學習能力	30%	跨領域選修相關課程一門以上	講述法 小組討論 個案討論 小組合作 學生上台報告	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	30
具備生物科技專業研究與應用之能力	20%	完成院訂選修8學分	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20
具備生物資源開發與利用之能力	20%	選修生物資源開發與利用相關課程一門以上	講述法 小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	20
具備生命科學基礎知識能力	30%	完成院訂必修課程10學分	小組討論 個案討論 小組合作	小考: 10% 期中考: 30% 期末考: 30% 課堂討論: 10% 課程參與度: 10% 書面報告: 10%	加總: 100	30

## 成績稽核

期中考: 30%  
 期末考: 30%  
 小考: 10%  
 書面報告: 10%  
 課堂討論: 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
International Marketing	Cateora		McGraw-Hill	2009

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
----	----	----	-----	-----

無參考教材及專業期刊導讀

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	國際行銷學導論	80	0	0	0	20
2	全球經濟環境	80	0	0	0	20
3	社會環境與文化環境	80	0	0	0	20
4	國際行銷的政治、法律與管制環境	80	0	0	0	20
5	全球資訊系統與市場研究	80	0	0	0	20
6	市場區隔、瞄準目標市場與定位	80	0	0	0	20
7	全球市場進入策略：授權、投資與策略聯盟(一)	80	0	0	0	20
8	全球市場進入策略：授權、投資與策略聯盟(二)	80	0	0	0	20
9	期中考	80	0	0	0	20
10	全球行銷的品牌與產品決策	80	0	0	0	20
11	國際行銷通路與實體配銷	80	0	0	0	20
12	國際行銷傳播決策(一)：廣告與公共關係	80	0	0	0	20
13	國際行銷傳播決策(二)：促銷、人員銷售與行銷溝通的特殊形式	80	0	0	0	20
14	競爭優勢的策略性要素(一)	80	0	0	0	20
15	競爭優勢的策略性要素(二)	80	0	0	0	20
16	領導能力、組織與企業社會責任	80	0	0	0	20
17	數位革命與全球電子市集	80	0	0	0	20
18	期末考	80	0	0	0	20