

# 102-1 大葉大學 完整版課綱

## 基本資訊

課程名稱	國際行銷管理	科目序號 / 代號	2770 / GMN5505
開課系所	管理學院碩士在職專班	學制 / 班級	碩士在職專班1年5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	非畢業班
上課時段 / 地點	(六)BCD / B107	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

-  解決問題能力
-  溝通能力
-  倫理觀
-  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】
解決問題能力	30%	解決問題能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 書面報告: 20%	加總: 100	30
溝通能力	20%	溝通能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 書面報告: 20%	加總: 100	20
倫理觀	20%	倫理觀	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 書面報告: 20%	加總: 100	20
專業能力	30%	專業能力	講述法 小組討論 個案討論 影片欣賞 專題報告	分組報告: 20% 期末考: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 書面報告: 20%	加總: 100	30

## 成績稽核

期末考: 20%  
 分組報告: 20%  
 書面報告: 20%  
 課堂討論: 20%  
 課程參與度: 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
Global Marketing Management	Warren J. Keegan		Pearson Education, Inc.	2014

## 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	Introduction to Global Marketing & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	75	0	0	0	25
2	The Global Economic Environment	75	0	0	0	25
3	The Political, Legal, and Regulatory Environments of Global Marketing	75	0	0	0	25
4	The Global Cultural Environment	75	0	0	0	25
5	Global Customers	75	0	0	0	25
6	Global Marketing Information System and Research	75	0	0	0	25
7	Segmentation, Targeting, and Positioning	75	0	0	0	25
8	Global Entry and Expansion Strategies	75	0	0	0	25
9	Competitive Analysis and Strategy	75	0	0	0	25
10	Product Decision	75	0	0	0	25
11	Pricing Decisions	75	0	0	0	25
12	Global Marketing Channels	75	0	0	0	25
13	Global Integrated Marketing Communications	75	0	0	0	25
14	Global Organization and Leadership: Managing the Global Marketing Effort	75	0	0	0	25
15	Global Corporate Social Responsibility and Environmental Sustainability	75	0	0	0	25
16	The Future of Global Marketing	75	0	0	0	25
17	Team Report	25	0	0	0	75
18	Final Exam	0	0	0	0	100