

## 102-2 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	2365 / IBM2021
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部3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	非畢業班
上課時段 / 地點	(二)789 / D007	授課語言別	中文

### 課程簡介

- (一)培養國際行銷基礎知識
- (二)了解國際化、全球化之趨勢與挑戰
- (三)探討國際行銷的主要策略與行銷組合
- (四)課程內容配合管理學院核心能力四大構面(SCEP)及國企系所之教學目標與特色
- (五)個案研究

### 課程大綱

- 1.國際行銷的新趨勢(訓練C.E.P)
- 2.國際行銷的新趨勢(訓練C.E.P)
- 3.國際行銷的新挑戰(訓練S.C.E.P)
- 4.國際行銷的新挑戰(訓練S.C.E.P)
- 5.全球化知識經濟與國際行銷(訓練S.C.E.P)
- 6.全球化知識經濟與國際行銷(訓練S.C.E.P)
- 7.全球化知識經濟與國際行銷(訓練S.C.E.P)
- 8.全球市場與行銷(訓練S.C.E.P)
- 9.期中考(訓練S.C.E.P)
- 10.國際行銷與企業倫理(訓練C.E.P)
- 11.國際進入策略(訓練S.C.E.P)
- 12.國際行銷策略(訓練S.C.E.P)
- 13.國際行銷策略(訓練S.C.E.P)
- 14.國際行銷組合(訓練S.C.E.P)
- 15.個案研究(訓練S.C.E.P)
- 16.個案研究(訓練S.C.E.P)
- 17.個案研究(訓練S.C.E.P)
- 18.期末考(訓練S.C.E.P)

### 基本能力或先修課程

先修「行銷管理」或相關課程

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

-  社會倫理
-  管理知識
-  整合應用
-  國際視野
- 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 】
社會倫理	5%	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 小組討論 校外參訪 影片欣賞 學生上台報告 專題演講	作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	5
管理知識	60%	培養學生具備基礎商業知識，並對資訊掌握、邏輯運用有基礎認知，具備基礎整合、規劃的能力。	講述法 小組討論 校外參訪 影片欣賞 學生上台報告 專題演講	作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	60
整合應用	10%	能呈現出相關知識、技能與態度，能選擇有效方法將所設定目標完成，能有效地達成任務(職能)所賦予的要求。	講述法 小組討論 校外參訪 影片欣賞 學生上台報告 專題演講	作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	10
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 小組討論 影片欣賞 學生上台報告 專題演講	作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	10

創新思考	15%	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 小組討論 影片欣賞 學生上台報告 專題演講	作業: 20% 課堂討論: 20% 課程參與度: 20% 口頭報告: 20% 上課筆記: 20%	加總: 100	15
------	-----	--------------------------	---------------------------------------	--	---------	----

### 成績稽核

作業: 20%

上課筆記: 20%

口頭報告: 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

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	課程內容與評分標準&introduction & 智財權宣導(含告知學生應使用正版教科書)	60	0	20	0	20
2	Introduction to Global Marketing	60	0	20	0	20
3	業師專題(1)	60	0	20	0	20
4	業師專題(2)	60	0	20	0	20
5	業師專題(3)	60	0	20	0	20
6	企業參訪(3/25台北京站百貨公司)	60	0	20	0	20
7	業師專題(4)	60	0	20	0	20
8	業師專題(5)	60	0	20	0	20
9	業師專題(6)	60	0	20	0	20
10	業師專題(7)	60	0	20	0	20
11	業師專題(8)	60	0	20	0	20
12	Global Culture Environment & Global Customers	60	0	20	0	20
13	Segmentation, Targeting, and Positioning	60	0	20	0	20
14	Competitive Analysis and Strategy	60	0	20	0	20

15	Product Decision	60	0	20	0	20
16	Price Decisions	60	0	20	0	20
17	Global Marketing Channels	60	0	20	0	20
18	Global Integrated Marketing Communications	60	0	20	0	20

---