

## 97-1 大葉大學 完整版課綱

### 基本資訊

課程名稱	國際比較管理	科目序號 / 代號	1009 / IBM3073
開課系所	國際企業管理學系	學制 / 班級	大學日間部4年1班
任課教師	錢天真	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	(一)9 / B309 (四)78 / B309	授課語言別	中文

### 課程簡介

#### A.大葉大學國際企業管理學系教育目標：

- 1.結合理論與實務，落實知識應用與問題解決能力
- 2.培養國際觀，深化多元面向之思考、分析能力
- 3.紮實外語基礎，提升跨文化之理解與資料吸收能力
- 4.強化就業競爭職能，發展職場優勢之調適能力

#### B.大葉大學國際企業管理學系培育之核心能力：

- 1.結合理論與實務，落實知識應用與問題解決能力
- 2.培養國際觀，深化多元面向之思考、分析能力
- 3.紮實外語基礎，提升跨文化之理解與資料吸收能力
- 4.強化就業競爭職能，發展職場優勢之調適能力

#### C.大葉大學國際企業管理學系課程特色：

- 1.國際化視野 ( International Perspectives )
- 2.企業實務導向 ( Business Oriented )
- 3.管理核心職能 ( Managerial Competency )

#### 課程目標：

- 1.培養學生對國際比較管理之認識與興趣(A2、 C3)
- 2.增進學生在國際人力資源、國際行銷等比較管理議題之理解(A2、 B3)
- 3.藉由個案研討，培養學生發現、分析以及解決問題的洞悉能力(A3、 B3)
- 4.透過分組報告，要求同學專心聽取他人之陳述並加強組員間的合作，以了解團隊合作之重要，提升學生自信表達與溝通協調能力，以培養社會智商的能力(A3、 A4、 B2、 B4、 C4、 C5)
- 5.加強國際企業倫理與職業道德之宣導，以灌輸學生正確之國際企業倫理道德觀(A3、 B3)

### 課程大綱

第一週：國際比較管理概論

第二週：國際比較管理之研究方法

第三週：Case Study 1(Part1)內部行銷知覺、工作滿足與服務導向組織公民行為 本國與外商壽險業之比較

第四週：Case Study1 (Part2)內部行銷知覺、工作滿足與服務導向組織公民行為 本國與外商壽險業之比較

第五週：Group 1 日本和韓國公司的創新管理：比較分析

第六週：Group 2美國管理概念能否用在俄羅斯工作中？跨文化比較研究

第七週：Group3美國和日本的員工工作態度和管理方法：依據廣泛的比較調查

第八週：期中考試

第九週：Group4顧客關係管理：家族企業和非家族企業活動的比較分析

第十週：Group5比較管理理論叢林

第十一週：Group1比較管理學中，“文化”和其他解釋變數

第十二週：Group2比較管理和組織理論：緊密需要

第十三週：Group3比較管理中的文化作用：跨文化觀點

第十四週：Group4邁向亞洲模式的人力資源管理？中國、日本和南韓的比較分析

第十五週：Group5個人權利距離定位和追隨者變革領導的反應：跨層級、跨文化調查

第十六週：Case 2澳大利亞、加拿大和瑞典的公司營運倫理結構和過程：一個縱向和跨文化的研究

第十七週：期末考試

## 基本能力或先修課程

管理學

## 課程與系所基本素養及核心能力之關連

創新思考

## 成績稽核

### 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
無參考教科書				

### 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	Introduction	100				
2	chapter 1 the grand bargain					
3	chapter 2 same bed, different dreams					
4	chapter 3 eating the emperor's grain					
5	chapter 4 dancing with the dinosaurs					
6	chapter 5 caught in the crossfire					
7	chapter 6 the truth is not absolute					
8	chapter 7 the best laid plans					
9	chapter 8 managing the future					

10	presentations
11	chapter 1 price
12	chapter 2 operation
13	chapter 3 culture
14	chapter 4 product promotion
15	chapter 5 cost
16	chapter 6 human resources
17	chapter 7 services
18	presentations

---