

97-1 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	2464 / BAM3012
開課系所	企業管理學系	學制 / 班級	大學第二部4年1班
任課教師	鄭焜中	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)7 / B302 (三)34 / H564	授課語言別	中文

課程簡介

面對全球化浪潮，企業對全球市場的演變愈瞭解，愈有助其國際競爭力的提升。本課程旨在剖析全球行銷的基本概念與經營策略，以提供同學國際行銷之正確觀念。本課程主要內容包括全球行銷環境、全球行銷策略與全球行銷組合等。本課程目的在使學生瞭解國際行銷理論與實務，建立國際市場基本分析能力與國際行銷策略之企劃基礎。講授內容包括：國際行銷概念、國際行銷環境、國際市場研析、國際行銷策略、國際企業概述

課程大綱

全球行銷環境. 國際策略規劃與國家競爭優勢. 國際行銷之組織結構與控制. 國際行銷研究. 產品策略. 訂價策略. 整合行銷溝通策略. 通路策略.

基本能力或先修課程

企業概論、管理學、行銷管理

課程與系所基本素養及核心能力之關連

溝通能力

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		分配時數(%)				
週次	教學內容	講授	示範	習作	實驗	其他
1	Intro	80	0	20	0	0
2	區域經濟整合	80	0	20	0	0
3	國際政治/文化環境	80	0	20	0	0
4	政治風險之管理	80	0	20	0	0
5	國際行銷策略	80	0	20	0	0
6	國際產品管理-基本概念及其屬性	80	0	20	0	0
7	國際產品管理-策略規劃與控制	80	0	20	0	0
8	國際配銷管理-進入國際市場	80	0	20	0	0
9	期中評量	80	0	20	0	0
10	國際配銷管理-通路決策	80	0	20	0	0
11	國際整合行銷溝通策略(一)	80	0	20	0	0
12	國際整合行銷溝通策略(二)	80	0	20	0	0
13	國際定價管理	80	0	20	0	0
14	國際策略規劃與國家競爭優勢	80	0	20	0	0
15	企業倫理專題	80	0	20	0	0
16	個案	80	0	20	0	0
17	國際行銷研究或企業參訪	80	0	20	0	0
18	期末評量	80	0	20	0	0