

97-1 大葉大學 選課版課綱

基本資訊

課程名稱	國際行銷	科目序號 / 代號	2553 / MTB1025
開課系所	行銷與流通管理學系	學制 / 班級	進修學士班3年1班
任課教師	張永誠	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	非畢業班
上課時段 / 地點	(三)BCD / B404	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

本系所遵循此教育目標規劃學生在校四年課程活動，讓學生在進入大學殿堂，接受本系所專業教育訓練後，畢業時應具備如下5C核心能力 (Educational Outcomes)：

1. Capability：一般管理理論與實務兼備之基本專業能力
2. Communication：擅於傾聽與表達的溝通能力
3. Concernment & Courage：具人文關懷及道德勇氣
4. Cooperation：能與他人團隊合作之能力
5. Creativity：擁有知識經濟時代所需之創意及創造力

就本學科而言，除培養專業能力(Capability)外，本學期安排之相關個案討論將訓練同學結合理論與實務，及傾聽與表達的溝通能力(Communication)、探索問題的能力(找出並正確界定個案公司面臨的問題)、及創意及創造力(Creativity) (建議個案公司的行動方案) 等，再者本課程亦將專門安排一堂與企業倫理相關的討論，以培養同學具人文關懷及道德勇氣(Concernment & Courage)。

A. 企管系教育目標

1. 培育具管理專業能力、擅長溝通、團隊合作、具道德關懷勇氣及創造力之中堅管理人才，而為企業所樂於雇用。
2. 落實管理理論與經營實務並重之學習。

B. 管理學院/企管系核心能力：[占課程之比重]

管理學院 企管系

S (Problem-solving , 解決問題能力) - - Cooperation、Creativity(團隊合作、創造力)：[20%]

C (Communication , 溝通能力) - - Communication(溝通能力)：[20%]

E (Ethics , 倫理觀) - - Concernment (道德關懷)：[10%]

P (Profession專業能力) - - Capability (管理專業能力)：[50%]

一般管理能力、整合創新能力、診斷改善能力、

策略規劃能力

依據企管系教育目標，本課程以培養學生專業能力為主要目標(P)，透過課堂講授方式，傳專業知識。同時，為培養學生之倫理觀(E)，課程中亦將加入企業社會責任之倫理素養等題材，使學生未來於職場能秉持職業倫理與道德執業。課程亦將規劃個案討論，企盼藉由小組討論，訓練學生團隊合作之能力，透過團隊合作，發掘問題，並藉由課堂所吸收之專業知識，尋求解決問題之道，以培育學生解決問題之能力(S)。小組討論之結果將由口頭報告與書面報告呈現，以訓練學生之溝通能力(C)。

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、國際貿易理論. 國際企業管理等