

98-2 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	2100 / BAR5019
開課系所	企業管理學系碩士班	學制 / 班級	研究所碩士班1年1班
任課教師	鄭華清	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	(四)567 / J114	授課語言別	中文

課程簡介

本課程介紹國際行銷管理基本理論與概念，同時提供國際行銷管理的最新發展趨勢。運用課堂上對個案的互動討論，激勵學生在面對高度競爭的全球化環境時，能夠跳脫傳統策略思維，具備成為新世代管理者的能力。

課程大綱

- 第一章 全球行銷導論
- 第二章 全球經濟環境
- 第三章 全球貿易環境:區域市場特性與互惠貿易協定
- 第四章 全球社會與文化環境
- 第五章 全球資訊系統與行銷研究
- 第六章 市場區隔、目標市場與定位
- 第七章 進口、出口與外包
- 第八章
- 第九章 全球市場進入策略:授權、投資與策略聯盟
- 第十章 全球市場中產品與品牌決策
- 第十一章 訂價決策
- 第十二章 全球行銷的通路與實體配銷
- 第十三章 全球行銷溝通決策一:廣告與公共關係
- 第十四章 全球行銷溝通決策二:促銷、人員銷售與特殊形

基本能力或先修課程

管理學，具備基本管理學概念

課程與系所基本素養及核心能力之關連

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	The Global Economic Environment case study	70		30		
3	The Global Trade Environment :	100				
4	Social and Cultural Environment	100				
5	Social and Cultural Environment	100				
6	Political, Legal and Regulatory Environment	70		30		
7	International Marketing Research:	100	0			
8	期中考					100
9	International Marketing Segmentation, Targeting, and Positioning	100				
10	Importing, Exporting, and Sourcing	100				
11	Global Market Entry Strategies	100				
12	Products and Services: Branding Decisions in International Markets	70		30		
13	International Product and Service Strategies	100				
14	Pricing Decisions	100				
15	Global Marketing Channel and Physical Distribution	100				
16	Global marketing communications decisions : Advertising and public relation	100				
17	Global marketing communications decisions : Promotion, personal selling, direct marketing	100				
18	期末考	100	0	0	0	0