

## 98-2 大葉大學 完整版課綱

### 基本資訊

課程名稱	國際行銷管理	科目序號 / 代號	2626 / GMN5505
開課系所	管理學院碩士在職專班	學制 / 班級	碩士在職專班1年3班
任課教師	李宗愷	專兼任別	兼任
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	(日)567 / B202	授課語言別	中文

### 課程簡介

本課程以全球行銷觀點為基礎，探討全球行銷相關的議題。透過國際經濟與國際環境的了解，思考全球策略佈局和進出策略，從而建立一個系統性的思想架構與處理全球行銷的實務性問題。

### 課程大綱

- 第一章 國際行銷學導論
- 第二章 全球經濟環境
- 第三章 社會環境與文化環境
- 第四章 國際行銷的政治、法律與管制環境
- 第五章 全球資訊系統與市場研究
- 第六章 市場區隔、瞄準目標市場與定位
- 第七章 全球市場進入策略：授權、投資與策略聯盟
- 第八章 全球行銷的品牌與產品決策
- 第九章 定價決策
- 第十章 國際行銷通路與實體配銷
- 第十一章 國際行銷傳播決策(一)：廣告與公共關係
- 第十二章 國際行銷傳播決策(二)：促銷、人員銷售與行銷溝通的特殊形式
- 第十三章 競爭優勢的策略性要素
- 第十四章 領導能力、組織與企業社會責任
- 第十五章 數位革命與全球電子市集

### 基本能力或先修課程

行銷管理

### 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	國際行銷概述	50				50
2	全球行銷環境	50				50
3	全球文化	50				50
4	全球法令與政治環境	50				50
5	全球市場	50				50
6	全球競爭者	50				50
7	全球行銷研究	50				50
8	全球市場參與	50				50
9	全球市場進入策略	50				50
10	全球產品策略	50				50
11	全球品牌策略	50				50
12	全球價格策略	50				50
13	全球通路管理	50				50
14	全球促銷推廣策略	50				50
15	全球廣告策略	50				50
16	全球失誤補救策略	50				50
17	全球行銷組織管理	50				50
18	未來	50				50