

99-2 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	2742 / MTB1025
開課系所	行銷與流通管理學系	學制 / 班級	進修學士班4年2班
任課教師	陳柏任	專兼任別	兼任
必選修 / 學分數	必修 / 3	畢業班 / 非畢業班	畢業班
上課時段 / 地點	(六)89A / B202	授課語言別	法文

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

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

週次	教學內容	分配時數(%)				
		講授	示範	習作	實驗	其他
1	第一週 第1章：國際行銷概論	60	10	10	10	10
2	第二週 第2章：國際經濟與科技環境	60	10	10	10	10
3	第三週 第3章：國際政治與法律環境	60	10	10	10	10
4	第四週 第4章：國際文化環境	60	10	10	10	10
5	第五週 第5章：國際市場進入演進程序與行銷資訊	60	10	10	10	10
6	第六週 第6章：國際市場區隔與定位	60	10	10	10	10
7	第七週 第7章：國際策略規劃與國家競爭優勢	60	10	10	10	10

8	第八週 第8章：國際市場進入策略	60	10	10	10	10
9	第九週 期中考	60	10	10	10	10
10	第十週 第9章：國際代工、策略聯盟與購併	60	10	10	10	10
11	第十一週 第10章：國際產品策略	60	10	10	10	10
12	第十二週 第11章：國際品牌策略	60	10	10	10	10
13	第十三週 第12章：國際訂價策略	60	10	10	10	10
14	第十四週 第13章：國際通路策略與全球運籌模式	60	10	10	10	10
15	第十五週 第14章：國際整合行銷溝通策略	60	10	10	10	10
16	第十六週 第15章：國際廣告策略	60	10	10	10	10
17	第十七週 第16章：國際行銷組織結構與控制	60	10	10	10	10
18	第十八週 期末考	60	10	10	10	10