

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
開課系所	國際企業管理學系	無參考教科書		進修學士班2年1班
任課教師	陳柏任	專兼任別	兼任	

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				

課程簡介						
上課進度			分配時數(%)			
週次	教學內容		講授	示範	習作	其他
(三)探討國際行銷的定義及重要性	第一週 第一章：國際行銷概論	合	60	10	10	10
(四)課程內容適合第2章學	第二週 第二章：國際經濟與科技環境(SCEP)及國企所之教育目標與特色		60	10	10	10
(五)個案研究	第三週 第三章：國際政治與法律環境		60	10	10	10
4	第四週 第四章：國際文化環境		60	10	10	10
5	第五週 第五章：國際市場進入演進程序與行銷資訊		60	10	10	10
6	第六週 第六章：國際市場區隔與定位		60	10	10	10
7	第七週 第七章：國際策略規劃與國家競爭優勢		60	10	10	10
8	第八週 第八章：國際市場進入策略		60	10	10	10
9	第九週 期中考		10	10	60	10
10	第十週 第九章：國際代工、策略聯盟與購併		60	10	10	10
11	第十一週 第十章：國際產品策略		60	10	10	10
12	第十二週 第十一章：國際品牌策略		60	10	10	10
13	第十三週 第十二章：國際訂價策略		60	10	10	10
14	第十四週 第十三章：國際通路策略與全球運籌模式		60	10	10	10
15	第十五週 第十四章：國際整合行銷溝通策略		60	10	10	10
16	第十六週 第十五章：國際廣告策略		60	10	10	10
17	第十七週 第十六章：國際行銷組織結構與控制		60	10	10	10
18	第十八週 期末考		10	10	60	10
系所核心能力權重(%)			檢核能力指標(績效指標)		教學策略	
【A】			評量方法及配分		核心能力學習成績	
			權重		【B】	
					【C=B*A】	

無此教學計畫表資訊!

