

淡江大學 100 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷學	授課 教師	黃哲盛 JE-SHENG HUANG
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系三A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TBTXB3A		
系（ 所 ） 教 育 目 標			
一、透過「樸實剛毅」的教育理念，期望學生能「生活儉樸」、「做事務實」、「為人剛正」、「意志堅決」。 二、注重專業與生活教育的相互配合，促進德、智、體、群、美五育均衡發展，以達成「心靈卓越」的核心價值。 三、審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際經貿」與「國際企業」的專業知識。			
系（ 所 ） 核 心 能 力			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。 B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。 C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。 D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。			
課程簡介	這門課的重點在於如何進行國際行銷決策，以及如何處理影響這些決策制定的國際環境面因素。相對於傳統行銷經理人的工作，國際行銷經理人的任務涉及進入模式、當地行銷與全球行銷管理，以及達成此目的之國際行銷策略		
	International marketing is a senior undergraduate course that focuses on the international marketing decisions and deal with those environmental factors that directly impact these decisions. As opposed to the traditional view of one “marketing manager,” the typical international marketing manager’s job consists of three separate tasks: foreign entry, local marketing, and global management. This course shows how to meet these complex demands forces and how to formulate successful international marketing strategies.		

本課程教學目標與目標層級、系(所)核心能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「系(所)核心能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應其「系(所)核心能力」。單項教學目標若對應「系(所)核心能力」有多項時，則可填列多項「系(所)核心能力」。(例如：「系(所)核心能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列。)

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	系(所)核心能力
1	深入瞭解如何有效形成與執行國際行銷學的重要概念、思考架構與理論基礎。	To build up an in-depth understanding of the concepts, frameworks, and theories that form and execute the international marketing activities effectively.	C2	ABD
2	發展出能研究國際行銷相關議題的分析能力	To develop analytical ability to study international marketing issues	C4	ABD
3	能評價國際行銷策略執行的有效性	To evaluate the strategy implementation effectiveness on international marketing	C5	ABD

教學目標之教學方法與評量方法

序號	教學目標	教學方法	評量方法
1	深入瞭解如何有效形成與執行國際行銷學的重要概念、思考架構與理論基礎。	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
2	發展出能研究國際行銷相關議題的分析能力	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	能評價國際行銷策略執行的有效性	講述、討論、賞析、問題解決	紙筆測驗、實作、報告、上課表現

本課程之設計與教學已融入本校校級基本素養與核心能力

淡江大學校級基本素養與核心能力	內涵說明
◆ 表達能力與人際溝通	有效運用中、外文進行表達，能發揮合作精神，與他人共同和諧生活、工作及相處。
◇ 科技應用與資訊處理	正確、安全、有效運用資訊科技，並能蒐集、分析、統整與運用資訊。
◇ 洞察未來與永續發展	能前瞻社會、科技、經濟、環境、政治等發展的未來，發展與實踐永續經營環境的規劃或行動。
◆ 學習文化與理解國際	具備因應多元化生活的文化素養，面對國際問題和機會，能有效適應和回應的全球意識與素養。
◆ 自我了解與主動學習	充分了解自我，管理自我的學習，積極發展自我多元的興趣和能力，培養終身學習的價值觀。
◆ 主動探索與問題解決	主動觀察和發掘、分析問題、蒐集資料，能運用所學不畏挫折，以有效解決問題。
◇ 團隊合作與公民實踐	具備同情心、正義感，積極關懷社會，參與民主運作，能規劃與組織活動，履行公民責任。
◆ 專業發展與職涯規劃	掌握職場變遷所需之專業基礎知能，管理個人職涯的職業倫理、心智、體能和性向。

授 課 進 度 表

週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)	備 註
1	101/02/13~ 101/02/19	Course Orientation	
2	101/02/20~ 101/02/26	Ch1: The Global Marketing Job	
3	101/02/27~ 101/03/04	Ch2: Theoretical Foundations (1)	
4	101/03/05~ 101/03/11	Ch2: Theoretical Foundations (2)	
5	101/03/12~ 101/03/18	Ch3: Cultural Foundations	
6	101/03/19~ 101/03/25	Ch4: Country Attractiveness	
7	101/03/26~ 101/04/01	Ch7: Understanding Local Customers	
8	101/04/02~ 101/04/08	Ch11: Global Marketing Strategy (1)	
9	101/04/09~ 101/04/15	Ch11: Global Marketing Strategy (2)	
10	101/04/16~ 101/04/22	期中考試週	
11	101/04/23~ 101/04/29	Ch12: Global Products	
12	101/04/30~ 101/05/06	Ch13: Global Branding	

13	101/05/07~ 101/05/13	Ch14: Global Pricing	
14	101/05/14~ 101/05/20	Ch15: Global Distribution	
15	101/05/21~ 101/05/27	Ch16: Global Advertising	
16	101/05/28~ 101/06/03	Final report- Case study (1)	
17	101/06/04~ 101/06/10	Final report- Case study (2)	
18	101/06/11~ 101/06/17	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		投影機	
教材課本		Global Marketing, 5th edition By Johny K. Johansson	
參考書籍			
批改作業 篇數		篇（本欄位僅適用於所授課程需批改作業之課程教師填寫）	
學期成績 計算方式		◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉： %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： http://info.ais.tku.edu.tw/csp 或由教務處 首頁〈網址： http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/ 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 ※不法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。	