

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷學	授課 教師	曾忠蕙 TSENG, CHUNG-HUI
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系進學四 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TLFXE4A		
系（所）教育目標			
<p>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」。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。</p>			
課程簡介	國際行銷管理課程中將介紹行銷組合，包括產品、價格、通路及推廣，並且透過個案討論，更國際化與生活化地瞭解國際行銷的真義。		
	The course will introduce international marketing mix, including international product, price, place and promotion strategies. Through reading the textbook and discussing cases, students will learn how to do international marketing management.		

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	瞭解國際行銷的意義與國際行銷策略內涵	Learn the definition of international marketing and the content of international marketing strategy	C3	ABCD
2	瞭解與學習如何進行國際行銷研究	Learn how to conduct a international marketing research	C3	ABCD
3	瞭解國際組織購買行為與國際消費者購買行為的不同	Understand the differences between international business and international consumer purchase behavior	C4	ABCD
4	學習國際行銷的市場定位策略步驟	Learn STP process in international marketing management	C4	ABCD
5	學習國際行銷組合中的國際產品策略	Learn international product strategy in international marketing mix	C4	ABCD
6	學習國際行銷組合中的國際價格策略	Learn international price strategy in international marketing mix	C4	ABCD
7	學習國際行銷組合中的國際通路策略	Learn international channel strategy in international marketing mix	C4	ABCD
8	學習國際行銷組合中的國際推廣策略	Learn international promotion strategy in international marketing mix	C4	ABCD

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	瞭解國際行銷的意義與國際行銷策略內涵	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現

2	瞭解與學習如何進行國際行銷研究	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	瞭解國際組織購買行為與國際消費者購買行為的不同	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
4	學習國際行銷的市場定位策略步驟	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
5	學習國際行銷組合中的國際產品策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
6	學習國際行銷組合中的國際價格策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
7	學習國際行銷組合中的國際通路策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
8	學習國際行銷組合中的國際推廣策略	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、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

淡江大學校級基本素養	內涵說明
◆ 全球視野	
◆ 洞悉未來	
◆ 資訊運用	
◆ 品德倫理	
◆ 獨立思考	
◆ 樂活健康	
◆ 團隊合作	
◇ 美學涵養	

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	101/09/10~ 101/09/16	課程介紹	
2	101/09/17~ 101/09/23	講課：國際行銷概論 + 影片觀賞	
3	101/09/24~ 101/09/30	講課：國際行銷概論 + 影片觀賞	
4	101/10/01~ 101/10/07	講課：國際行銷概論 + 影片觀賞 + 確定分組	
5	101/10/08~ 101/10/14	個案1：Ch2 Google + 小組討論 + 影片觀賞	

6	101/10/15~ 101/10/21	個案2：Ch3 星巴克 + 小組討論 + 影片觀賞	
7	101/10/22~ 101/10/28	個案3：Ch5 可樂大戰 + 小組討論 + 影片觀賞	
8	101/10/29~ 101/11/04	個案4： Ch6 個人電腦大戰 + 小組討論 + 影片觀賞	
9	101/11/05~ 101/11/11	個案5： Ch7 航空大戰 + 小組討論	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	個案6： Ch8 麥當勞 + 小組討論 + 影片觀賞 + 發期中考卷	
12	101/11/26~ 101/12/02	個案7： Ch9 哈雷機車 + 小組討論 + 影片觀賞	
13	101/12/03~ 101/12/09	個案8： Ch15 歐洲迪士尼 + 小組討論 + 影片觀賞	
14	101/12/10~ 101/12/16	個案9：Ch19 耐吉 + 小組討論 + 影片觀賞	
15	101/12/17~ 101/12/23	期末報告：第1~3組	
16	101/12/24~ 101/12/30	期末報告：第4~6組	
17	101/12/31~ 102/01/06	期末報告：第7~9組	
18	102/01/07~ 102/01/13	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機、其它(DVD player)	
教材課本		開學後公布	
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： 20.0 %   ◆平時評量：20.0 %   ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈分組討論與報告〉：20.0 %	
備 考		「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※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。</b>	