

淡江大學 101 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷管理	授課 教師	曹修源 TSAO, HSIU-YUAN
	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLCXE4P		
系（所）教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>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、國際企業概述及國際行銷有關概念與實務等。</p>		
	<p>This course focuses on marketing strategy and management within the context of global and international markets. It evaluates cultural differences and aims to enhance your skills in developing and implementing marketing strategies and decision making in international contexts.</p>		

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	本課程為企業管理行銷學進階課程，內容著重於有關國際行銷理論及實務之介紹，其中包括國際行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等。	The main objective of this course is to develop a managerial understanding of international marketing. This course will help students enhance their analytical, decision making and implementation skills in an intense, highly challenging project of developing an actual marketing plan.	C3	BCDGH

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	本課程為企業管理行銷學進階課程，內容著重於有關國際行銷理論及實務之介紹，其中包括國際行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等。	講述、討論、個案教學	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	課程簡介	
2	101/09/17~ 101/09/23	第一章 全球行銷導論	
3	101/09/24~ 101/09/30	第二章 全球經濟環境	
4	101/10/01~ 101/10/07	第三章 全球貿易環境:區域市場特性與互惠貿易協定	
5	101/10/08~ 101/10/14	第四章 全球社會與文化環境	
6	101/10/15~ 101/10/21	第五章 全球行銷之政治、法律與管制環境	
7	101/10/22~ 101/10/28	第六章 全球資訊系統與行銷研究	
8	101/10/29~ 101/11/04	第七章 市場區隔、目標市場與定位	
9	101/11/05~ 101/11/11	第七章 市場區隔、目標市場與定位	
10	101/11/12~ 101/11/18	期中考試週	
11	101/11/19~ 101/11/25	第九章 全球市場進入策略:授權、投資與策略聯盟	
12	101/11/26~ 101/12/02	第十章 全球市場中產品與品牌決策	

13	101/12/03~ 101/12/09	第十一章 訂價決策	
14	101/12/10~ 101/12/16	第十二章 全球行銷的通路與實體配銷	
15	101/12/17~ 101/12/23	第十三章 國際行銷溝通決策：廣告與公共關係	
16	101/12/24~ 101/12/30	第十四章 全球行銷溝通決策二：促銷、人員銷售與特殊形式的行銷溝通	
17	101/12/31~ 102/01/06	專題報告	
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	
教材課本		國際行銷概論 中文第一版 2011年 (Global Marketing 6/E)作/ 譯者：Keegan/謝文雀 審訂雙葉書廊。	
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：10.0 % ◆期中評量：20.0 % ◆期末評量：20.0 % ◆其他〈個案研討〉：40.0 %	
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。	