

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<br>教師 | 黃志文<br>HUANG CHIH-WEN |
|  | INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT  |          |                       |
| 開課系級   | 國企一碩士班 A  | 開課<br>資料 | 必修 單學期 3學分            |
|  | TLFXM1A   |          |                       |
| 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. 培養成為國際企業之專業經理人。</p> <p>B. 培訓具有獨立分析、判斷、解決企業經營問題之能力。</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規劃之能力。</p>   |   |          |                       |
| 課程簡介   | 透過分析國際市場，發展具競爭力的行銷策略  |          |                       |
|  | Through the analysis of international markets to develop the competitive 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  | 培養國際市場分析的能力   | Analysis of international markets          | C2   | ABCD     |
| 2  | 培養國際行銷組合與策略分析 | International marketing mix and strategies | C3   | 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  | 培養國際市場分析的能力   | 講述、討論、參訪、問題解決 | 報告、上課表現 |
| 2  | 培養國際行銷組合與策略分析 | 講述、討論、參訪、問題解決 | 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~<br>101/09/16 | Course introduction                                    |    |
| 2  | 101/09/17~<br>101/09/23 | International marketing and international trade theory |    |
| 3  | 101/09/24~<br>101/09/30 | International Marketing and international finance      |    |
| 4  | 101/10/01~<br>101/10/07 | Introducing the political and legal environment        |    |
| 5  | 101/10/08~<br>101/10/14 | Introducing economic environment                       |    |
| 6  | 101/10/15~<br>101/10/21 | Technology and competition                             |    |
| 7  | 101/10/22~<br>101/10/28 | Social culture and consumer behaviors                  |    |
| 8  | 101/10/29~<br>101/11/04 | Analyzing markets                                      |    |
| 9  | 101/11/05~<br>101/11/11 | International strategic Alliances                      |    |
| 10 | 101/11/12~<br>101/11/18 | Mid-term exam.   |    |
| 11 | 101/11/19~<br>101/11/25 | Product strategy                                       |    |
| 12 | 101/11/26~<br>101/12/02 | Pricing strategy                                       |    |

|              |                         |   |  |
|--------------|-------------------------|---|--|
| 13           | 101/12/03~<br>101/12/09 | Channeling strategy   |  |
| 14           | 101/12/10~<br>101/12/16 | Advertising strategy  |  |
| 15           | 101/12/17~<br>101/12/23 | Organization and control  |  |
| 16           | 101/12/24~<br>101/12/30 | Business planning   |  |
| 17           | 101/12/31~<br>102/01/06 | The future of international marketing   |  |
| 18           | 102/01/07~<br>102/01/13 | Final exam.   |  |
| 修課應<br>注意事項  |                         |   |  |
| 教學設備         |                         | 電腦、投影機  |  |
| 教材課本         |                         | Masaake Kotabe and Kristiaan Helsen, (2011). Global Marketing Management 5th ed., John Wiley & sons (Asia) Pte Ltd  |  |
| 參考書籍         |                         |   |  |
| 批改作業<br>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<br>計算方式 |                         | ◆出席率：            %   ◆平時評量：            %   ◆期中評量：30.0 %<br>◆期末評量：30.0 %<br>◆其他〈Term paper:〉：40.0 %  |  |
| 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<br>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<br>表管理系統」進入。<br><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> |  |