

淡江大學 102 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	張列經 CHANG, LIEH-CHING
	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、熟悉專業知能。</p> <p>二、訓練實務知能。</p> <p>三、培養團隊精神。</p> <p>四、深化專業倫理。</p>			
系（所）核心能力			
<p>A. 能理解企業管理基本學理知識。</p> <p>B. 能撰寫企畫書，並善用資訊科技進行資料蒐集、分析與統整。</p> <p>C. 能溝通協調並團隊合作共同完成企業管理專案。</p> <p>D. 能整合管理與科技知能解決企業管理相關問題。</p> <p>E. 能認同職業倫理與社會責任觀念。</p> <p>F. 能運用外語增進管理專業成長。</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.	C2	ABCDF

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	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	培養認識國際社會變遷的能力，以更寬廣的視野了解全球化的發展。
◇ 資訊運用	熟悉資訊科技的發展與使用，並能收集、分析和妥適運用資訊。
◇ 洞悉未來	瞭解自我發展、社會脈動和科技發展，以期具備建構未來願景的能力。
◇ 品德倫理	了解為人處事之道，實踐同理心和關懷萬物，反省道德原則的建構並解決道德爭議的難題。
◇ 獨立思考	鼓勵主動觀察和發掘問題，並培養邏輯推理與批判的思考能力。
◇ 樂活健康	注重身心靈和環境的和諧，建立正向健康的生活型態。
◇ 團隊合作	體察人我差異和增進溝通方法，培養資源整合與互相合作共同學習解決問題的能力。
◇ 美學涵養	培養對美的事物之易感性，提升美學鑑賞、表達及創作能力。

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	102/09/16~ 102/09/22	課程簡介	
2	102/09/23~ 102/09/29	第一章 全球行銷導論	
3	102/09/30~ 102/10/06	第二章 全球經濟環境	
4	102/10/07~ 102/10/13	第三章 全球貿易環境:區域市場特性與互惠貿易協定	
5	102/10/14~ 102/10/20	第四章 全球社會與文化環境	
6	102/10/21~ 102/10/27	第五章 全球行銷之政治、法律與管制環境	
7	102/10/28~ 102/11/03	第六章 全球資訊系統與行銷研究	
8	102/11/04~ 102/11/10	第七章 市場區隔、目標市場與定位	
9	102/11/11~ 102/11/17	第七章 市場區隔、目標市場與定位	
10	102/11/18~ 102/11/24	期中考試週	
11	102/11/25~ 102/12/01	第九章 全球市場進入策略:授權、投資與策略聯盟	
12	102/12/02~ 102/12/08	第十章 全球市場中產品與品牌決策	

13	102/12/09~ 102/12/15	第十一章 訂價決策	
14	102/12/16~ 102/12/22	第十二章 全球行銷的通路與實體配銷	
15	102/12/23~ 102/12/29	第十三章 國際行銷溝通決策：廣告與公共關係	
16	102/12/30~ 103/01/05	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	103/01/06~ 103/01/12	專題報告	
18	103/01/13~ 103/01/19	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備		(無)	
教材課本			
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/CS/main.php 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」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。	