

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	黃志文 HUANG CHIH-WEN
	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	國企一碩士班 A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TLFXM1A		
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	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	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	Course introduction	
2	102/09/23~ 102/09/29	International marketing and international trade theory	
3	102/09/30~ 102/10/06	International Marketing and international finance	
4	102/10/07~ 102/10/13	Introducing the political and legal environment	
5	102/10/14~ 102/10/20	Introducing economic environment	
6	102/10/21~ 102/10/27	Technology and competition	
7	102/10/28~ 102/11/03	Social culture and consumer behaviors	
8	102/11/04~ 102/11/10	Analyzing markets	
9	102/11/11~ 102/11/17	International strategic Alliances	
10	102/11/18~ 102/11/24	Mid-term exam.	
11	102/11/25~ 102/12/01	Product strategy	
12	102/12/02~ 102/12/08	Pricing strategy	

13	102/12/09~ 102/12/15	Channeling strategy	
14	102/12/16~ 102/12/22	Advertising strategy	
15	102/12/23~ 102/12/29	Organization and control	
16	102/12/30~ 103/01/05	Business planning	
17	103/01/06~ 103/01/12	The future of international marketing	
18	103/01/13~ 103/01/19	Final exam.	
修課應 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 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： % ◆平時評量： % ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈Term paper:〉：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。	