

淡江大學 102 學年度第 2 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷管理	授課 教師	張巧真 CHANG, CHIAO-CHEN
	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TLCXB4P		
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>本課程主要討論在國際競爭激烈之下，國際行銷人員所必須應具備的知識，以及遇到環境變動時所能執行之因應策略，以便在全球化的基礎上，使跨國企業在市場中的表現達到最佳境界。</p>		
	<p>This course aims to provide students with the basic knowledge of international marketing in the global markets.</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	本課程目的在於探討國際行銷所涉及的重要領域，包括國際行銷環境、國際市場區隔及定位、國際行銷策略及計畫之研討、國際行銷組合、國際行銷之執行及檢討等，讓學生對國際行銷之理論及實例獲得理解。	Through this course students will understand the principles of international market and foreign market entry, and the application of the 4Ps in the global environments.	C3	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	本課程目的在於探討國際行銷所涉及的重要領域，包括國際行銷環境、國際市場區隔及定位、國際行銷策略及計畫之研討、國際行銷組合、國際行銷之執行及檢討等，讓學生對國際行銷之理論及實例獲得理解。	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	103/02/17~ 103/02/23	國際行銷課程介紹	
2	103/02/24~ 103/03/02	CH1 全球化與全球行銷	
3	103/03/03~ 103/03/09	CH2 全球行銷環境	
4	103/03/10~ 103/03/16	CH3 文化環境	
5	103/03/17~ 103/03/23	CH4 政治環境	
6	103/03/24~ 103/03/30	CH5 全球行銷研究	
7	103/03/31~ 103/04/06	春假、停課	
8	103/04/07~ 103/04/13	CH6 全球競爭策略、市場區隔與定位	
9	103/04/14~ 103/04/20	CH7 全球進入策略	
10	103/04/21~ 103/04/27	期中考試週	
11	103/04/28~ 103/05/04	CH8 全球產品策略、CH9全球產品管理	
12	103/05/05~ 103/05/11	CH10 全球定價策略、CH11全球行銷通路	

13	103/05/12~ 103/05/18	CH12 全球運籌與供應鏈管理	
14	103/05/19~ 103/05/25	CH13 全球推廣策略	
15	103/05/26~ 103/06/01	畢業考試週	
16	103/06/02~ 103/06/08	---	
17	103/06/09~ 103/06/15	---	
18	103/06/16~ 103/06/22	---	
修課應 注意事項			
教學設備		電腦、投影機	
教材課本		林建煌著 (2011), 國際行銷管理, 3版, 華泰文化出版	
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：40.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %	
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。	