

淡江大學 104 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷學	授課 教師	黃哲盛 JE-SHENG HUANG
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系進學四 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TLFXE4A		
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. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</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之能力。</p>			
課程簡介	<p>這門課的重點在於如何進行國際行銷決策，以及如何處理影響這些決策制定的國際環境面因素。相對於傳統行銷經理人的工作，國際行銷經理人的任務涉及進入模式、當地行銷與全球行銷管理，以及達成此目的之國際行銷策略</p>		
	<p>International marketing is a senior undergraduate course that focuses on the international marketing decisions and deal with those environmental factors that directly impact these decisions. As opposed to the traditional view of one “marketing manager,” the typical international marketing manager’s job consists of three separate tasks: foreign entry, local marketing, and global management. In addition, marketer must speak for the local markets at headquarters but also explain the need for global standardization to local representatives.</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	深入瞭解如何有效形成與執行國際行銷學的重要概念、思考架構與理論基礎	To build up an in-depth understanding of the concepts, frameworks, and theories that form and execute the international marketing activities effectively.	C2	ABCD
2	發展出能研究國際行銷相關議題的分析能力	To develop analytical ability to study international marketing issues	C3	ABCD
3	能評價國際行銷策略執行的有效性	To evaluate the strategy implementation effectiveness on international marketing	C5	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	深入瞭解如何有效形成與執行國際行銷學的重要概念、思考架構與理論基礎	講述	紙筆測驗、報告
2	發展出能研究國際行銷相關議題的分析能力	講述、討論、問題解決	紙筆測驗、報告、上課表現
3	能評價國際行銷策略執行的有效性	討論、實作、問題解決	實作、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	104/09/14~ 104/09/20	課程介紹	
2	104/09/21~ 104/09/27	第1章 全球化與全球行銷	
3	104/09/28~ 104/10/04	第2章 經濟環境	
4	104/10/05~ 104/10/11	第3章 文化環境	
5	104/10/12~ 104/10/18	第5章 全球行銷研究	
6	104/10/19~ 104/10/25	第6章 全球競爭策略、市場區隔與定位(1)	
7	104/10/26~ 104/11/01	第6章 全球競爭策略、市場區隔與定位(2)	
8	104/11/02~ 104/11/08	第7章 全球進入策略	
9	104/11/09~ 104/11/15	第8章 全球產品策略	
10	104/11/16~ 104/11/22	期中考試週	
11	104/11/23~ 104/11/29	第9章 全球品牌管理	
12	104/11/30~ 104/12/06	第10章 全球定價策略	

13	104/12/07~ 104/12/13	第11章全球行銷通路	
14	104/12/14~ 104/12/20	第12章全球運籌與供應鏈管理	
15	104/12/21~ 104/12/27	第13章全球推廣策略	
16	104/12/28~ 105/01/03	第14章全球廣告管理	
17	105/01/04~ 105/01/10	期末報告	
18	105/01/11~ 105/01/17	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		國際行銷管理, 第四版, 林建煌著, 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：30.0 %    ◆期中評量：30.0 % ◆期末評量：30.0 % ◆其他〈 〉：        %	
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 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php">http://www.acad.tku.edu.tw/CS/main.php</a> 〉業務連結「教師教學 計畫表上傳下載」進入。 <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>	