

淡江大學 111 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	李培齊 LII, PEI-CHI
	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	管科系四 P	開課 資料	實體課程 選修 單學期 2學分
	TLGXB4P		
課程與SDGs 關聯性	SDG8 尊嚴就業與經濟發展 SDG12 負責任的消費與生產 SDG13 氣候行動 SDG17 夥伴關係		
系 ( 所 ) 教育目標			
<p>一、精實管理科學專業。</p> <p>二、學習自我成長。</p> <p>三、連結理論與實務。</p> <p>四、增進團隊合作溝通。</p> <p>五、培養判斷與分析技巧。</p> <p>六、重視組織永續經營。</p>			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
<p>A. 事業經營管理能力。(比重：30.00)</p> <p>B. 行銷與流通管理能力。(比重：5.00)</p> <p>C. 統計與決策分析能力。(比重：5.00)</p> <p>D. 財經分析能力。(比重：30.00)</p> <p>E. 團隊合作能力。(比重：5.00)</p> <p>F. 自我管理能力。(比重：10.00)</p> <p>G. 道德倫理能力。(比重：15.00)</p>			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
<p>1. 全球視野。(比重：30.00)</p> <p>2. 資訊運用。(比重：10.00)</p> <p>3. 洞悉未來。(比重：20.00)</p> <p>4. 品德倫理。(比重：10.00)</p> <p>5. 獨立思考。(比重：10.00)</p> <p>6. 樂活健康。(比重：5.00)</p> <p>7. 團隊合作。(比重：10.00)</p> <p>8. 美學涵養。(比重：5.00)</p>			

課程簡介	(一) 介紹國際行銷管理的基本理論架構及執行方法與過程。 (二) 探討在行銷管理思維下，企業從業人員可能採取的作法與其結果。 (三) 分析及討論有關國際行銷管理實務之個案。
	1. Introducing basic theoretical frameworks and implementation processes of global marketing management 2. Studying business practitioners' possible actions and the consequences from market-oriented mindset. 3. Analyzing and discussing global marketing management cases.

本課程教學目標與認知、情意、技能目標之對應

將課程教學目標分別對應「認知 (Cognitive)」、「情意 (Affective)」與「技能(Psychomotor)」的各目標類型。

- 一、認知(Cognitive)：著重在該科目的事實、概念、程序、後設認知等各類知識之學習。
- 二、情意(Affective)：著重在該科目的興趣、倫理、態度、信念、價值觀等之學習。
- 三、技能(Psychomotor)：著重在該科目的肢體動作或技術操作之學習。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)
1	一、使學生熟悉策略管理之理論及實務運作；二、使學生接觸不同的策略規劃思維；三、使學生瞭解當前策略管理環境的狀況。	1. Familiarize participants with strategic management theories and practices through case analysis; 2. Expose participants to various perspectives in strategic planning via group studies and discussions; 3. Enhance participants' sensibility to current strategic management environments from discussions of contemporary strategic management literature and issues.

教學目標之目標類型、核心能力、基本素養教學方法與評量方式

序號	目標類型	院、系(所)核心能力	校級基本素養	教學方法	評量方式
1	認知	ABCDEFGF	12345678	講述、討論、發表	測驗、討論(含課堂、線上)、報告(含口頭、書面)

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	112/02/13~112/02/19	課程簡介/國際行銷管理過程	
2	112/02/20~112/02/26	全球經營環境分析	
3	112/02/27~112/03/05	228調整放假 (補課時間另定)	
4	112/03/06~112/03/12	全球市場區隔與定位	

5	112/03/13~ 112/03/19	全球行銷競爭優勢	
6	112/03/20~ 112/03/26	全球行銷領導與組織架構	
7	112/03/27~ 112/04/02	全球行銷產品及定價策略	
8	112/04/03~ 112/04/09	教學行政觀摩日 (不上課)	
9	112/04/10~ 112/04/16	全球行銷通路與推廣策略	
10	112/04/17~ 112/04/23	期中考試週	
11	112/04/24~ 112/04/30	全球行銷未來趨勢	
12	112/05/01~ 112/05/07	個案討論	
13	112/05/08~ 112/05/14	個案討論	
14	112/05/15~ 112/05/21	個案討論	
15	112/05/22~ 112/05/28	畢業考試週	
16	112/05/29~ 112/06/04	---	
17	112/06/05~ 112/06/11	---	
18	112/06/12~ 112/06/18	---	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教科書與 教材			
參考文獻			
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： 20.0 %    ◆平時評量：20.0 %    ◆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：<https://info.ais.tku.edu.tw/csp> 或由教務處  
首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」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。**