

淡江大學 114 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	陳珮君 PEI-CHUN CHEN
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系經管三 B	開課 資料	實體課程 必修 單學期 3學分
	TLFAB3B		
課程與SDGs 關聯性	SDG12 負責任的消費與生產 SDG17 夥伴關係		
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。			
本課程對應院、系(所)核心能力之項目與比重			
A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。(比重：30.00)			
B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。(比重：10.00)			
C. 培訓具有分析國內外經濟情勢演變之能力。(比重：20.00)			
D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：40.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：30.00)			
2. 資訊運用。(比重：5.00)			
3. 洞悉未來。(比重：10.00)			
4. 品德倫理。(比重：5.00)			
5. 獨立思考。(比重：20.00)			
6. 樂活健康。(比重：5.00)			
7. 團隊合作。(比重：20.00)			
8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	本課程深入探討全球行銷的核心概念與實務操作，幫助學生掌握國際市場的多元特性與行銷策略。課程內容涵蓋經濟與文化環境、區域市場與貿易協定、品牌與定價策略、進出口與全球通路、數位行銷、全球行銷溝通、以及企業社會責任等議題，培養學生全球視野與策略思維，為未來進入國際市場做好準備。				
	This course explores the dynamic world of international marketing, preparing students to understand and navigate diverse international markets. Covering key areas such as economic and cultural environments, trade agreements, branding, pricing, market entry strategies, and global communication, students will develop strategic thinking and practical skills for international success. Topics also include digital marketing, corporate social responsibility, and building competitive advantage.				
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	1分析全球經濟、政治、法律與文化環境對行銷的影響。 2評估市場進入策略與國際市場區隔方法。 3應用行銷組合（品牌、定價、溝通等）於國際市場操作。 4理解數位轉型與企業社會責任在國際行銷中的角色。 5培養跨國行銷活動之策略規劃與管理能力。		1. Analyze global economic, political, legal, and cultural environments. 2. Evaluate market entry strategies and global segmentation approaches. 3. Apply marketing mix decisions in international contexts, including branding, pricing, and communication. 4. Understand the impact of digital transformation and corporate social responsibility on global marketing. 5. Develop strategic thinking for managing cross-border marketing activities effectively.		
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	ABCD	12345678	講述、討論	測驗、作業、討論(含課堂、線上)
授 課 進 度 表					
週次	日期起訖	內 容 (Subject/Topics)			備 註
1	114/09/15~ 114/09/21	全球行銷導論			

2	114/09/22~ 114/09/28	全球經濟環境	
3	114/09/29~ 114/10/05	區域市場特性與優惠貿易協定	
4	114/10/06~ 114/10/12	社會與文化環境	
5	114/10/13~ 114/10/19	政治、法律與監管環境	
6	114/10/20~ 114/10/26	全球資訊系統與市場研究	
7	114/10/27~ 114/11/02	市場區隔、目標市場與定位策略	
8	114/11/03~ 114/11/09	期中考/期中評量週（授課教師得自行調整週次）	
9	114/11/10~ 114/11/16	進口、出口與全球採購 + 全球市場進入策略：授權、投資與策略聯盟	
10	114/11/17~ 114/11/23	全球行銷中的品牌與產品決策 + 定價決策	
11	114/11/24~ 114/11/30	全球行銷通路與實體配送	
12	114/12/01~ 114/12/07	全球行銷傳播決策（一）+（二）	
13	114/12/08~ 114/12/14	數位革命	
14	114/12/15~ 114/12/21	競爭優勢的策略要素	
15	114/12/22~ 114/12/28	領導力、組織管理與企業社會責任	
16	114/12/29~ 115/01/04	期末多元評量週：期末考/期末評量 W.1	
17	115/01/05~ 115/01/11	期末多元評量週/教師彈性教學週：期末考/期末評量 W.2	
18	115/01/12~ 115/01/18	教師彈性教學週：期末考/期末評量 W.3	
課程培養 關鍵能力		自主學習、國際移動、資訊科技、社會參與、人文關懷、問題解決、跨領域	
跨領域課程		STEAM課程(S科學、T科技、E工程、M數學，融入A人文藝術領域) 素養導向課程(探索素養、永續素養或全球議題STEEP(Society ,Technology, Economy, Environment, and Politics)) 授課教師專業領域教學內容以外，融入其他學科或邀請非此課程領域之專家學者進行知識(教學)分享	
特色教學 課程			
課程 教授內容		邏輯思考 A I 應用 永續議題	

修課應注意事項	<p>1. 準時提交作業/報告/討論：請在截止前【期限：截止日期+時間】提交所有作業/報告/討論。</p> <p>2. 尊重與溝通：請與同儕和教師保持尊重且專業+理性的溝通。</p> <p>3. 出席：請保持定期出席，以便理解課程內容並參與活動。</p> <p>4. 教材：請學生自行評估是否有教材之需求，若是，請自行合法購買。</p> <p>5. 鐵則：</p> <p>A. 補考申請辦法→沒有參加期中或期末「正式」考者→請依本校之學生請假規則辦理，並且其請假核准後，請學生憑考試假之（學生）收執聯向授教師申請補考，補考時間由授課教師自行安排。</p> <p>B. 補考之評分標準：學生之補考成績一律 $\times 60\%$ 計算 = 此次該學生補考之個人成績（例如：$50 \times 60\% = 30$ [分]）。</p> <p>C. 考試期限：錯過當次「正式」考與「補考」者，當次該學生之個人考試成績一律以零分計算/登記/送出，不會再另行舉辦補考。</p>
教科書與教材	<p>自編教材：簡報</p> <p>採用他人教材：教科書、影片</p>
參考文獻	Keegan, W. J., & Green, M. C. (2011). Global marketing (Six edition, Global edition.). Prentice-Hall.
學期成績計算方式	<p>◆出席率： 10.0 % ◆平時評量：30.0 % ◆期中評量：30.0 %</p> <p>◆期末評量：30.0 %</p> <p>◆其他〈 〉： %</p>
備考	<p>「教學計畫表管理系統」網址：https://web2.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。</p> <p>※「遵守智慧財產權觀念」及「不得非法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。</p>