

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	蔡依瑩 TSAI, YI-YING
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系進學四 A	開課 資料	實體課程 必修 單學期 2學分
	TLFXE4A		
課程與SDGs 關聯性	SDG4 優質教育 SDG8 尊嚴就業與經濟發展		
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：10.00) 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：10.00) D. 培訓具有行銷與財務管理之能力。(比重：70.00)			
本課程對應校級基本素養之項目與比重			
1. 全球視野。(比重：25.00) 2. 資訊運用。(比重：5.00) 3. 洞悉未來。(比重：5.00) 4. 品德倫理。(比重：5.00) 5. 獨立思考。(比重：25.00) 6. 樂活健康。(比重：5.00) 7. 團隊合作。(比重：25.00) 8. 美學涵養。(比重：5.00)			

課程簡介	審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際行銷」與「國際企業」的專業知識。
	To oversee the trend and foresee the development of global marketing strategies, and to produce the graduates with expertise in the fields of international business.

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	審視國內外經濟情勢的演變，培訓具備「國際行銷」與「國際企業」的專業知識。	This course provides concepts of global brand management, and to explain why brand are important. The class emphasizes the applications and tactics by means of realistic cases rather than theoretical issue. Students are expected to capable of explaining how branding applies to real market and understand challenge and opportunities in the job market.

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、發表	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	課程介紹	
2	114/09/22~ 114/09/28	以顧客為本的品牌權益與品牌定位	
3	114/09/29~ 114/10/05	品牌共鳴與品牌價值鏈	
4	114/10/06~ 114/10/12	選擇品牌元素建構品牌權益	
5	114/10/13~ 114/10/19	設計行銷放案件購品牌權益	

6	114/10/20~ 114/10/26	整合行銷溝通建立品牌權益	
7	114/10/27~ 114/11/02	在數位時代打造品牌	
8	114/11/03~ 114/11/09	借用輔助品牌聯想建構品牌權益	
9	114/11/10~ 114/11/16	期中評量週	
10	114/11/17~ 114/11/23	品牌發表	
11	114/11/24~ 114/11/30	衡量品牌權益來源:採取顧客的心智集	
12	114/12/01~ 114/12/07	衡量品牌權益結果:探究市場績效	
13	114/12/08~ 114/12/14	設計與執行品牌結構策略	
14	114/12/15~ 114/12/21	新產品的導入、命名與品牌延伸	
15	114/12/22~ 114/12/28	與時俱進管理品牌	
16	114/12/29~ 115/01/04	期末考評量週	
17	115/01/05~ 115/01/11	行銷資料庫應用	線上學習
18	115/01/12~ 115/01/18	行銷資料庫應用	線上學習
課程培養 關鍵能力		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)	
特色教學 課程		專案實作課程 專題/問題導向(PBL)課程 學習科技(如AR/VR等)融入實體課程	
課程 教授內容		邏輯思考 環境安全 A I 應用	
修課應 注意事項		1.作業繳交規範:請依規定格式與截止時間上傳作業，逾期不予補交（特殊情況請 事先請假） 2.課程平台使用:請定期登入課程平台（iClass等）查看公告與繳交作 業。	
教科書與 教材		自編教材:簡報、講義	
參考文獻			

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="https://web2.ais.tku.edu.tw/csp">https://web2.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁→教務資訊「教學計畫表管理系統」進入。 <b>※「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。</b>