

淡江大學114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	楊鳳美 YANG, FENG-MEI			
	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 SDG9 產業創新與基礎設施 SDG12 負責任的消費與生產					
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	本課程主要在於發展一個結構性的架構來協助同學瞭解以及執行國際行銷功能。透過學習如何成功地將行銷功能各要素整合到一個具有策略性與一致性的行銷計畫，同學將會廣泛地接觸到以下的議題國際行銷系統之架構、策略性國際行銷規劃、國際行銷組織、國際行銷環境、國際市場區隔與目標市場之選定、國際行銷組合策略等層面。
	The main purpose of this course is to develop a structural framework to help the students understand and practice the international marketing function. By learning the integration for the marketing function and related elements as a strategic and consistent international marketing plan, the students will extensively get in touch with the following issues: international marketing framework, international marketing organization, international marketing environment, international market segmentation and market target, and international marketing mix etc.

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	本課程主要在於發展一個結構性的架構來協助同學瞭解以及執行國際行銷功能。	The main purpose of this course is to develop a structural framework to help the students understand and practice the international marketing function.

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	ABCDEFG	12345678	講述、討論、發表	作業、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	115/02/23~115/03/01	國際行銷導論	
2	115/03/02~115/03/08	國際行銷與經濟環境	
3	115/03/09~115/03/15	國際文化環境	
4	115/03/16~115/03/22	國際化行銷研究與競爭策略佈局	

5	115/03/23~115/03/29	國際市場區隔與定位	
6	115/03/30~115/04/05	國際市場進入策略	
7	115/04/06~115/04/12	教學行政觀摩日【至4月2日】	
8	115/04/13~115/04/19	國際產品策略	
9	115/04/20~115/04/26	期中考/期中評量週(老師得自行調整週次)	
10	115/04/27~115/05/03	國際定價管理/國際物流與供應鏈管理	
11	115/05/04~115/05/10	國際廣告策略/國際行銷推廣通路	
12	115/05/11~115/05/17	小組報告與討論	
13	115/05/18~115/05/24	小組報告與討論	
14	115/05/25~115/05/31	畢業班課程期末多元評量週	
15	115/06/01~115/06/07		
16	115/06/08~115/06/14		
17	115/06/15~115/06/21		
18	115/06/22~115/06/28		
課程培養 關鍵能力	自主學習、國際移動、資訊科技、社會參與、問題解決		
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	遊戲式學習課程 專案實作課程 專題/問題導向(PBL)課程		
課程 教授內容	邏輯思考 A I 應用		
修課應 注意事項	<p>生成式 AI 倫理聲明： 本課程依據透明和負責任的原則，鼓勵學生利用 AI 進行協作和互學，以提升課程成果。 本課程採取以下措施： 有條件開放，請註明學生如何使用生成式 AI 於課程成果中。 學生應在課堂作業或報告中的「標題頁註腳」或「引用文獻後」簡要說明他們如何使用生成式 AI，例如進行議題發想、文潤飾或或結參見考等。如果經查核發現使用生成式 AI 但未在作業或報告中標明，教師、學校或相關單位有權重新評分或不予計分。 此外，本課程的授課教材或學習資料如有引用生成式 AI 內容，教師也會在投影片或口頭標註。修讀本課程的學生在選課時視為同意以上倫理聲明。</p>		

教科書與教材	採用他人教材：教科書 教材說明： 林建煌,國際行銷管理,第七版,台北：華泰文化出版
參考文獻	
學期成績計算方式	◆出席率： 30.0 % ◆平時評量：20.0 % ◆期中評量：10.0 % ◆期末評量：40.0 % ◆其他〈 〉： %
備 考	「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。 ※「遵守智慧財產權觀念」及「不得不法影印、下載及散布」。請使用正版教科書，勿不法影印他人著作，以免觸法。