

淡江大學教學計畫書

系所	文學院 資訊傳播學系	大學部 二年級
課號／班別	M1081	2 學分
科目中文名稱	國際行銷管理	
科目英文名稱	Global Marketing Management	
授課時間	星期三 上午 10:10~12:00	選修
任課老師	顏如妙 (Emma Ju-Miao Yen) 聯絡方式： e-mail： g0359503@nccu.edu.tw yenjumiao@yahoo.com ps:1.主要聯絡管道 2.拒絕垃圾與病毒郵件 TEL：(02)2939-3091 #65702	

一、課程目標 Goal	隨著全球商業環境的快速變遷與資訊科技的發達，企業經營逐漸趨向全球化，無論是學生或企業人士皆必須對各國的政經、文化、法規環境等有著基本的認識，方能站上全球舞台競爭，而藉由國際行銷管理的學習，從環境面、策略面、到行銷 4P 等概念與工具的學習，更是其中相當關鍵的一環。
二、先修科目 Pre-requisite	一般管理學 General Management
三、課程大綱 Outline	本課程包含下列三大要綱： 第一部份：國際行銷基本概念 第二部分：全球行銷環境 第三部分：國際企業策略 第四部分：國際行銷組合策略
四、指定用書 Textbook	國際行銷管理 (Global Marketing)，林建煌著，華泰文化，台北，2005
五、參考書籍 References	國際行銷學 (Global Marketing, brief edition) by Keegan and Green, 蕭仁傑審訂，培生，台北，2007
六、教學方式 Teaching Approach	課堂教授為主 個案討論 (or 影帶播放) 為輔
七、教學進度 Schedule of Progress	● 第一週 (2/20)：課程簡介 ● 第二週 (2/27)：全球化與全球行銷 ● 第三週 (3/05)：經濟、政治環境 ● 第四週 (3/12)：文化環境 (個案討論 I) ● 第五週 (3/19)：行銷研究 ● 第六週 (3/26)：競爭策略、區隔與定位 ● 第七週 (4/02)：校外觀摩週 (停課) ● 第八週 (4/09)：全球進入策略 ● 第九週 (4/16)：全球產品策略

	● 第十週：（4/23）：期中考週（停課） ● 第十一週（4/30）：全球產品管理（繳交專題報告大綱） ● 第十二週（5/07）：全球定價策略 ● 第十三週（5/14）：全球行銷通路、運籌策略 ● 第十四週（5/21）：全球推廣策略 ● 第十五週（5/28）：全球廣告管理 ● 第十六週（6/04）：組織與控制 ● 第十七週（6/11）：小組專題報告 ● 第十八週（6/18）：期末考
八、成績考核 評分方式 Evaluation	1. 課堂參與(30%)：包含個案討論及點名記錄等。 2. 專題報告(35%)：4-5 人一組，撰寫個案公司專題報告 3. 期末考(35%)：筆試，內容以課堂教學為主