

淡江大學 99 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	黃哲盛 Je-sheng Huang
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系三A	開課 資料	必修 單學期 3學分
	TBTXB3A		
學系(門)教育目標			
<p>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」。</p> <p>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。</p> <p>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。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 培訓具有國際經貿、國際企業之通才能力。</p> <p>B. 培訓具有國際化、未來化、資訊化之通才能力。</p> <p>C. 培訓具有審視國內外經濟情勢演變之能力。</p> <p>D. 培訓具有外語運用能力。</p> <p>E. 培訓具有數理邏輯思考與經濟分析之能力。</p> <p>F. 培訓具有國際品牌與行銷管理之能力。</p> <p>G. 培訓具有財務金融應用之能力。</p> <p>H. 培訓具有經貿法規與國際經濟組織之基本素養。</p> <p>I. 培訓具有團隊合作與社會服務之精神。</p>			
課程簡介	<p>這門課的重點在於如何進行國際行銷決策，以及如何處理影響這些決策制定的國際環境面因素。相對於傳統行銷經理人的工作，國際行銷經理人的任務涉及進入模式、當地行銷與全球行銷管理，以及達成此目的之國際行銷策略。</p>		
	<p>International marketing is a senior undergraduate course that focuses on the international marketing decisions and deal with those environmental factors that directly impact these decisions. As opposed to the traditional view of one “marketing manager,” the typical international marketing manager’s job consists of three separate tasks: foreign entry, local marketing, and global management. There are important decisions to be made about which countries’ markets and segments to participate in and what modes of entry to use.</p>		

本課程教學目標與目標層級、學生基本能力相關性

一、目標層級(選填)：

- (一)「認知」(Cognitive 簡稱C)領域：C1 記憶、C2 瞭解、C3 應用、C4 分析、C5 評鑑、C6 創造
- (二)「技能」(Psychomotor 簡稱P)領域：P1 模仿、P2 機械反應、P3 獨立操作、P4 聯結操作、P5 自動化、P6 創作
- (三)「情意」(Affective 簡稱A)領域：A1 接受、A2 反應、A3 重視、A4 組織、A5 內化、A6 實踐

二、教學目標與「目標層級」、「學生基本能力」之相關性：

- (一)請先將課程教學目標分別對應前述之「認知」、「技能」與「情意」的各目標層級，惟單項教學目標僅能對應C、P、A其中一項。
- (二)若對應「目標層級」有1~6之多項時，僅填列最高層級即可(例如：認知「目標層級」對應為C3、C5、C6項時，只需填列C6即可，技能與情意目標層級亦同)。
- (三)再依據所訂各項教學目標分別對應該系「學生基本能力」。單項教學目標若對應「學生基本能力」有多項時，則可填列多項「學生基本能力」(例如：「學生基本能力」可對應A、AD、BEF時，則均填列)。

序號	教學目標(中文)	教學目標(英文)	相關性	
			目標層級	學生基本能力
1	1深入瞭解如何有效形成與執行國際行銷學的重要概念、思考架構與理論基礎。 2發展出能研究國際行銷相關議題的分析能力 3能評價國際行銷策略執行的有效性	1. To build up an in-depth understanding of the concepts, frameworks, and theories that form and execute the international marketing activities effectively. 2. To develop analytical ability to study international marketing issues 3. To evaluate the strategy implementation effectiveness on international marketing	C5	ABCDF

教學目標之教學策略與評量方法

序號	教學目標	教學策略	評量方法
1	1深入瞭解如何有效形成與執行國際行銷學的重要概念、思考架構與理論基礎。 2發展出能研究國際行銷相關議題的分析能力 3能評價國際行銷策略執行的有效性	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、小考、期中考、期末報告

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	Course Orientation	
2	09/20	Ch1: The Global Marketing Job	
3	09/27	Ch2: Theoretical Foundations (1)	

4	10/04	Ch2: Theoretical Foundations (2)	
5	10/11	Ch3: Cultural Foundations	
6	10/18	Ch4: Country Attractiveness	
7	10/25	Ch7: Understanding Local Customers	
8	11/01	Ch11: Global Marketing Strategy (1)	
9	11/08	Ch11: Global Marketing Strategy (2)	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	Ch12: Global Products & Services	
12	11/29	Ch13: Global Branding	
13	12/06	Ch14: Global Pricing	
14	12/13	Ch15: Global Distribution	
15	12/20	Ch16: Global Advertising	
16	12/27	Final report- Case study (1)	
17	01/03	Final report- Case study (2)	
18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項	不准講手機		
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	Global Marketing, 5th edition By Johny K. Johansson		
參考書籍			
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	◆平時考成績：20.0 % ◆期中考成績：30.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： % ◆其他〈個案報告〉：20.0 %		

備 考

「教學計畫表管理系統」網址：<http://info.ais.tku.edu.tw/csp> 或由教務處
首頁〈網址：<http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/>〉教務資訊「教學計畫
表管理系統」進入。

※非法影印是違法的行為。請使用正版教科書，勿非法影印他人著作，以免觸法。