

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	曾忠蕙 Tseng, Chung-hui
	INTERNATIONAL MARKETING		
開課系級	國企系進學四 A	開課 資料	必修 單學期 2學分
	TBTXE4A		
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	國際行銷管理課程中將介紹行銷組合，包括產品、價格、通路及推廣，並且透過個案討論，更國際化與生活化地瞭解國際行銷的真義。		
	The course will introduce international marketing mix, including international product, price, place and promotion strategies. Through reading the textbook and discussing cases, students will learn how to do international marketing management.		

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	瞭解國際行銷的意義與國際行銷策略內涵	Learn the definition of international marketing and the content of international marketing strategy	C3	ABCF
2	瞭解與學習如何進行國際行銷研究	Learn how to conduct a international marketing research	C3	ABCF
3	瞭解國際組織購買行為與國際消費者購買行為的不同	Understand the differences between international business and international consumer purchase behavior	C4	ABCF
4	學習國際行銷的市場定位策略步驟	Learn STP process in international marketing management	C4	ABCF
5	學習國際行銷組合中的國際產品策略	Learn international product strategy in international marketing mix	C4	ABCF
6	學習國際行銷組合中的國際價格策略	Learn international price strategy in international marketing mix	C4	ABCF
7	學習國際行銷組合中的國際通路策略	Learn international channel strategy in international marketing mix	C4	ABCF
8	學習國際行銷組合中的國際推廣策略	Learn international promotion strategy in international marketing mix	C4	ABCF

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	瞭解國際行銷的意義與國際行銷策略內涵	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考
2	瞭解與學習如何進行國際行銷研究	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考

3	瞭解國際組織購買行為與國際消費者購買行為的不同	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考
4	學習國際行銷的市場定位策略步驟	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期中考
5	學習國際行銷組合中的國際產品策略	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末考
6	學習國際行銷組合中的國際價格策略	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末考
7	學習國際行銷組合中的國際通路策略	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末考
8	學習國際行銷組合中的國際推廣策略	課堂講授、分組討論	出席率、討論、期末考

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	課程介紹	
2	09/20	第一章 國際行銷序論 / 章末個案研討：金門酒廠跨出金門	
3	09/27	第二章 國際經濟環境 / 章末個案研討：節能減碳 企業新風潮	
4	10/04	第三章 國際政治環境 / 章末個案研討：中國外資企業最寒冷的一年	
5	10/11	第四章 國際文化環境 / 章末個案研討：美食主義的桃汰郎	
6	10/18	第五章 國際行銷研究 / 章末個案研討：深入台灣三萬檳榔攤的日本人	
7	10/25	第六章 國家競爭優勢 / 章末個案研討：菲律賓富豪將永和大王帶進中國	
8	11/01	第七章 國際市場進入策略 / 章末個案研討：美利達聰明合資綁全球人才	
9	11/08	Video Tape Program I (誰是接班人) + 心得報告個人作業 I	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	第八章 國際產品決策 / 章末個案研討：麥當勞開始搶星巴克生意囉	繳交心得報告個人作業 I
12	11/29	第九章 國際新產品發展與國際品牌決策 / 章末個案研討：仿冒品傷害無所不在	
13	12/06	第十章 國際定價決策 / 章末個案研討：平價優質品熱賣	
14	12/13	第十一章 國際通路決策 / 章末個案研討：臺灣企業擺脫代工直搗全球市場	
15	12/20	第十二 十三章 國際行銷溝通決策：人員銷售 / 章末個案研討：震旦通訊	
16	12/27	Video Tape Program II (誰是接班人) + 心得報告個人作業 II	
17	01/03	分組報告：創業報告 (各組自行創立一家企業,作行銷經營策略報告)	期末考週繳交個人作業II

18	01/10	期末考試週	
修課應 注意事項			
教學設備	電腦、投影機		
教材課本	鄭紹成著(2008), 「國際行銷管理：亞洲觀點與全球思維」, 二版, 台北：前程文化出版		
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： % ◆期中考成績：30.0 % ◆期末考成績：30.0 % ◆作業成績： 10.0 % ◆其他〈分組討論與報告〉：30.0 %		
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。		