

淡江大學 99 學年度第 1 學期課程教學計畫表

課程名稱	國際行銷管理	授課 教師	曹修源 Tsao, Hsiu-yuan
	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管進學班四 A	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXE4A		
學系(門)教育目標			
<p>一、開發研究潛能。</p> <p>二、培養管理專業。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、產業取向與實務訓練。</p>			
學生基本能力			
<p>A. 企管專業能力。</p> <p>B. 溝通與表達能力。</p> <p>C. 企劃與資料分析統整能力。</p> <p>D. 團隊合作與人際互動能力。</p> <p>E. 資訊處理能力。</p> <p>F. 倫理思維與道德素養。</p> <p>G. 策略決策與前瞻管理能力。</p> <p>H. 國際視野與外語能力。</p>			
課程簡介	<p>本課程目的在使學生瞭解國際行銷理論與實務，建立國際市場基本分析能力與國際行銷策略之企劃基礎。講授內容包括：國際行銷概念、國際行銷環境、國際市場研析、國際行銷策略、國際企業概述及國際行銷有關概念與實務等。</p>		
	<p>This course focuses on marketing strategy and management within the context of global and international markets. It evaluates cultural differences and aims to enhance your skills in developing and implementing marketing strategies and decision making in international contexts.</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	本課程為企業管理行銷學進階課程，內容著重於有關國際行銷理論及實務之介紹，其中包括國際行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等。	The main objective of this course is to develop a managerial understanding of international marketing. This course will help students enhance their analytical, decision making and implementation skills in an intense, highly challenging project of developing an actual marketing plan.	C3	ABCDFGH

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	本課程為企業管理行銷學進階課程，內容著重於有關國際行銷理論及實務之介紹，其中包括國際行銷系統之架構、策略性規劃、行銷組織、行銷環境、市場區隔與目標市場之選定、行銷組合策略等。	課堂講授、分組討論	出席率、報告、討論、期中考、期末考

授課進度表

週次	日期	內容 (Subject/Topics)	備註
1	09/13	課程簡介	
2	09/20	第一章 國際行銷緒論	
3	09/27	第二章 國際經濟環境	

4	10/04	第三章 國際政治環境	
5	10/11	第四章 國際文化環境	
6	10/18	第五章 國際行銷研究	
7	10/25	第六章 國家競爭優勢、國際企業策略與國際市場選擇	
8	11/01	第七章 國際市場進入策略	
9	11/08	第八章 國際產品決策	
10	11/15	期中考試週	
11	11/22	第九章 國際新產品發展與國際品牌決策	
12	11/29	第十章 國際訂價決策	
13	12/06	第十一章 國際通路決策	
14	12/13	第十二章 國際行銷溝通決策：人員銷售與溝通工具	
15	12/20	第十三章 國際行銷溝通決策：廣告與公共關係	
16	12/27	第十四章 國際行銷組織、控制與規劃	
17	01/03	專題報告	
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	林建煌, 國際行銷管理, 第二版, 台北: 華泰文化出版		
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：20.0 % ◆期中考成績：25.0 % ◆期末考成績：25.0 % ◆作業成績： 30.0 % ◆其他〈 〉： %		

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。