

淡江大學 99 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	文馨瑩 Hsing-yin Wen
	INTERNATIONAL MARKETING MANAGEMENT		
開課系級	企管四 P	開課 資料	選修 單學期 2學分
	TMBXB4P		
學系(門)教育目標			
<p>一、健全學生人格發展。</p> <p>二、培養專業化之管理人才。</p> <p>三、均衡發展。</p> <p>四、升學與就業雙軌並重。</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>整合國際企業之行銷策略分析與企業專訪報告，幫助已修過行銷管理的學生，掌握國際行銷策略規劃與管理實務。進而建構在全球化趨勢下的就業競爭力，以利其積極發展長期的行銷生涯。</p>		
	<p>This course of International Marketing Management attempts to improve the students' capabilities to extend the training of Marketing Management to the business practice of global marketing strategies, via their interviews with marketing executives and team projects on a international marketing strategy.</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	應用國際行銷管理到策略專題報告	Applying International Marketing Management to a team report on strategic analysis	A6	ACEGH
2	專題報告小組成員互動	Team Dynamics	A6	ABDEG
3	提升書面報告與口頭簡報的技巧	Presentation skills	P6	BCDE
4	國際企業的個案分析報告	Case write-up on MNC strategies	C6	ABCDEH

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	應用國際行銷管理到策略專題報告	課堂講授、分組討論、參觀實習、老師回饋	出席率、報告、討論
2	專題報告小組成員互動	分組討論、參觀實習	報告、討論、小組成員互評
3	提升書面報告與口頭簡報的技巧	分組討論、教學平台作業分享	報告、討論、小組競賽選票
4	國際企業的個案分析報告	課堂講授、分組討論、教學平台作業分享	報告、討論

授課進度表

週次	日期起訖	內容 (Subject/Topics)	備註
1	100/02/14~100/02/20	師生認識；課程介紹；課堂規範與評分標準；教學平台的分享機制	
2	100/02/21~100/02/27	8-1. Global Strategy	

3	100/02/28~ 100/03/06	和平紀念日 (放假一天)	
4	100/03/07~ 100/03/13	8-2. Global Strategy	
5	100/03/14~ 100/03/20	8-3. Global Strategy	
6	100/03/21~ 100/03/27	12-1. Corporate Single Industry Strategy	
7	100/03/28~ 100/04/03	回饋小組書面報告I	
8	100/04/04~ 100/04/10	教學行政觀摩日 (不上課)	
9	100/04/11~ 100/04/17	12-2. Corporate Single Industry Strategy	
10	100/04/18~ 100/04/24	期中考試週	
11	100/04/25~ 100/05/01	12-3. Corporate Single Industry Strategy	
12	100/05/02~ 100/05/08	回饋小組書面報告II	
13	100/05/09~ 100/05/15	專題簡報:專訪企業之國際行銷策略分析 (票選人氣獎; 小組成員互評)	
14	100/05/16~ 100/05/22	專題演講:國際企業的行銷策略規劃與管理實務	
15	100/05/23~ 100/05/29	畢業考試週 (不考試, 以小組報告代替期末考)	
16	100/05/30~ 100/06/05	畢業班不上課	
17	100/06/06~ 100/06/12	畢業班不上課	
18	100/06/13~ 100/06/19	期末考試週	
修課應 注意事項	<p>1. 抽點時請假缺席扣一分;曠課扣兩分。持證明文件(醫師處方、訃聞、公文等)之喪假、公假、病假則不扣分。如需缺席,請務必在課前以簡訊或email請假。</p> <p>2. 結伴選修:因九成的成績來自5次的小組報告,請邀集興趣相同的夥伴共同選課,來深入探究某家國際企業的某一國際行銷策略,可作為「畢業專題」之一。</p> <p>3. 分組原則:自由組成5~6人小組;並以專訪企業名稱為小組之組名。2/27前無法找到組員的同學,請辦理退選。</p>		
教學設備	電腦、投影機、其它(教學平台小組作業分享)		
教材課本	Hill & Jones, Strategic Management Theory, 9/e, 2010, 華泰文化經銷		
參考書籍			

批改作業 篇數	6 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：10.0 %    ◆期中考成績：            %    ◆期末考成績：            % ◆作業成績： 80.0 % ◆其他〈小組成員互評〉：10.0 %
備 考	「教學計畫表管理系統」網址： <a href="http://info.ais.tku.edu.tw/csp">http://info.ais.tku.edu.tw/csp</a> 或由教務處 首頁〈網址： <a href="http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/">http://www.acad.tku.edu.tw/index.asp/</a> 〉教務資訊「教學計畫 表管理系統」進入。 <b>※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。</b>