

南台科技大學 98 學年度第 2 期課程資訊

課程名稱	國際行銷學
課程編碼	60M04301
系所代碼	06
開課班級	碩研國企一甲 碩研英語一甲 碩研英語二甲
開課教師	梁文科
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	三 2 3 4 教室 S507
必選修	系定選修
課程概述	本課程的進行是以國際行銷專業知識介紹為主，另輔以必要之行銷研究相關文獻。
課程目標	期望能讓同學在做行銷研究的同時，兼顧實務的需要，避免流於為做研究而做研究。
課程大綱	<p>一、全球行銷環境分析</p> <p>二、跨國行銷產品策略 1.標準化策略 2.差異化策略</p> <p>三、跨國行銷價格策略 1.吸脂定價 2.滲透定價 3.其他定價決策 4.移轉定價</p> <p>四、跨國行銷通路策略 1.直接通路與間接通路 2.通路成員的管理</p> <p>五、跨國行銷促銷策略 1.廣告與人員促銷 2.強力促銷與公共關係的運用</p>
英文大綱	<p>1. The World Economy</p> <p>(1) Economic Systems</p> <p>(2) Stages of Market Development</p> <p>(3) World Trade in Merchandise and Services</p> <p>2. Segmentation, Targeting, and Positioning</p> <p>(1) Assessing Market Potential and Choosing Target Markets</p> <p>(2) Positioning</p> <p>3. Entry Strategies</p> <p>(1) Licensing</p> <p>(2) Investment</p> <p>(3) Strategic Partnerships</p> <p>4. Product and Brand Decisions</p>

	<p>(1) "Country of Origin" as Brand Element</p> <p>(2) Strategic Alternatives in Global Marketing</p> <p>5. Pricing Decisions</p> <p>(1) Environmental Influences on Pricing Decisions</p> <p>(2) Global Pricing: Three Policy Alternatives</p> <p>6. Global Marketing Channels and Physical Distribution</p> <p>(1) Terminology and Structure</p> <p>(2) Global Retailing</p> <p>7. Global Marketing Communications Decisions</p> <p>(1) Global Advertising</p> <p>(2) Global Media Decisions</p> <p>(3) Public Relations and Publicity</p> <p>(4) Sales Promotion</p> <p>(5) Direct Marketing, Event Sponsorship, and Product Placement</p>
教學方式	課堂教授,分組討論,口頭報告,
評量方法	自行設計測驗,作業/習題練習,實作評量,口頭報告,課堂討論,課程參與度(出席率),
指定用書	Global Marketing,
參考書籍	蕭富峰 國際行銷學 智勝 current affairs
先修科目	基礎行銷學
教學資源	單槍
注意事項	第一次上課務必要到
全程外語授課	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	