

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
課程編碼	70N04501
系所代碼	07
開課班級	夜四技企管三甲
開課教師	郭幸萍
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	三 12 13 14 教室 S514
必選修	選修
課程概述	此課程除了理論的講述之外也著重國際市場的解析與國際行銷相關書籍導讀與分析，這些課程內容涉及了許多產品、勞務及許多區域或國家，使學生能透過理論與現今市場實務的印證及分析來了解國際文化與行銷的本質。
課程目標	本課程是設計用來描述國際競爭激烈之情境，並告訴管理者如何設計及執行行銷策略，以便在全球化的基礎上，使企業在市場中的表現達到最適境界。國際行銷相關書籍導讀不僅能讓學生生動地討論許多國際企業的競爭策略，也能讓學生深入了解現今國際行銷相關的概念。
課程大綱	<p>Section I 緒論</p> <p>Section II 全球化之必要及環境分析【全球文化環境、政治及法律環境】</p> <p>Section III 國際策略【市場進入策略、策略規劃與競爭優勢、策略聯盟及購併】</p> <p>Section IV 國際行銷策略【四 P 策略及全球運籌模式、整合行銷策略及國際廣告策略】</p> <p>Section V 國際行銷組織結構【規劃，組織和控制全球行銷活動】</p> <p>Section VI Book Reading</p> <p>國際專題及個案補充</p> <p>國際行銷相關書籍導讀</p>
英文大綱	<p>Section I Introduction</p> <p>Section II To analysis the globalization of market and envirenment</p> <p>Section III International strategies</p> <p>Section IV Internation marketing strategy</p> <p>Section V The organization structure of internation marketing</p> <p>Section VI Book Reading</p> <p>Internation issue and case</p> <p>Internation marketing book reading</p>
教學方式	課堂教授,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	國際行銷學：建構全球行銷能力 3/e
參考書籍	1.大前研一，中華聯邦，商周出版，2004/11。 2.大前研一，無國界的世界：民族國家的終結，立緒，2006/11。 3.于卓民、巫立宇、蕭富峰，國際行銷學，智勝，2009/01。
先修科目	
教學資源	講義 http://www.cneea.org.tw/certif/index.html
注意事項	★限修過行銷管理或行銷學課程學生選修，外系選修請繳交修課證明 ★分組事宜及課程配合事項於第一週上課時講述與確定,故請修課同學一定要準時出席本課程
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	