

南台科技大學 99 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	國際行銷策略專題
課程編碼	D0Q03501
系所代碼	0D
開課班級	碩專行銷二甲
開課教師	莊勝雄
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	六 2 3 4 教室 T0310
必選修	選修
課程概述	本課程分成四大部分,從探討國際行銷與一般行銷差異開始,進而觀察國際環境演變重組整合與文化差異對於國際行銷的影響及策略,最後提供國際新興市場議題
課程目標	本課程期冀能提供學生一個能觀察動態性國際行銷環境變化的概念性架構，並期望在此架構下能培養全球化視野及知悉在全球市場重組架構下的競爭挑戰與機會。
課程大綱	<p>第一部分</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 國際行銷的定義與範疇 2. 國際行銷的動態環境 3. 多國市場與新興經濟體 <p>第二部分</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評估全球市場時應考量的文化變遷 2. 文化、管理風格與商業體系 <p>第三部分</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 國際產品策略 2. 國際通路策略 3. 國際價格策略 4. 國際推廣策略 <p>第四部分</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 國際合作與談判
英文大綱	<p>Part 1</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.An introduction to international Marketing 2.The international trading environment 3.The development of world trading groups <p>Part 2</p> <ol style="list-style-type: none"> 1.Social and cultural consideration in international marketing 2.Culture and consumer behavior/management styles <p>Part 3</p>

	1.International product and service management 2.The management of international distribution and logistics 3.Pricing for international markets 4.International communications Part 4 1.Relationship marketing
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,口頭報告,
指定用書	國際行銷管理
參考書籍	Global Marketing Management,Massaaki Kotabe,Kristiaan Helsen,Fourth Edition,Wiely
先修科目	
教學資源	
注意事項	需修習行銷管理或相關行銷課程
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	