

南台科技大學 103 學年度第 2 學期課程資訊

課程名稱	國際行銷
課程編碼	D0D11901
系所代碼	0D
開課班級	四技行流二甲
開課教師	蔡雅玲
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	一 2 3 4 教室 T0206
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	
教學方式	
評量方法	
指定用書	國際行銷管理
參考書籍	<p>國際行銷,陳澤義,高立圖書,2011</p> <p>國際行銷管理,鄭紹成,前程書局,2008</p> <p>國際行銷學,于卓民等箸,智勝書局,2009</p>

先修科目	
教學資源	
注意事項	請注意出席率.
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	