

南臺科技大學 104 學年度第 1 學期課程資訊

| | |
|--------|--|
| 課程名稱 | 國際行銷學 |
| 課程編碼 | 60D28201 |
| 系所代碼 | 06 |
| 開課班級 | 國企陸生研修班 四技國企四甲四技國企四乙 |
| 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 S513 |
| 必選修 | 選修 |
| 課程概述 | 本課程先介紹目前企業所面對全球環境的一些狀況，並據此引申相關的一些經營實務上的廠商行為，如企業環境資訊的收集，市場的收尋與定位及進入策略的考量因素與形成等。 |
| 課程目標 | 期使學生能對現行跨國企業實務上常用的一些行銷策略有所認識。 |
| 課程大綱 | <p>一、導論</p> <p>1.國際行銷的重要</p> <p>2.迫使全球整合的因素</p> <p>二、國際行銷環境分析的基本概念</p> <p>1.政治經濟環境</p> <p>2.科技法律環境</p> <p>3.社會文化環境</p> <p>三、全球資訊系統和行銷研究</p> <p>1.市場資訊的來源 2.行銷研究的步驟</p> <p>四、定位與區隔</p> <p>1.國際品牌知覺圖</p> <p>2.區隔變數的選擇</p> <p>五、進入策略</p> <p>1.進入策略的類型</p> <p>2.策略夥伴</p> |
| 英文大綱 | <p>1. Introduction</p> <p>(1) The importance of Global Marketing</p> <p>(3) Forces Affecting Global Integration and Global Marketing</p> <p>2. The Global Marketing Environment</p> <p>(1) Society, Culture, and Global Consumer Culture</p> <p>(2) The Global Trade Environment</p> <p>(3) Economic Systems</p> <p>(4) The Political Environment</p> <p>3. Global Information Systems and Market Research</p> |

| | |
|--------|---|
| | (1) Sources of Market Information (2) Formal Market Research 4. Segmentation, Targeting, and Positioning (1) Assessing Market Potential and Choosing Target Markets (2) Positioning 7. Entry Strategies (1) Licensing (2) Investment (3) Strategic Partnerships |
| 教學方式 | |
| 評量方法 | |
| 指定用書 | 國際行銷管理 |
| 參考書籍 | |
| 先修科目 | |
| 教學資源 | |
| 注意事項 | 上課常點名 |
| 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 | |