

# 南臺科技大學 104 學年度第 1 學期課程資訊

課程名稱	國際行銷管理
課程編碼	60M00901
系所代碼	06
開課班級	碩研國企二甲
開課教師	梁文科
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	三 6 7 8 教室 S507
必選修	必修
課程概述	本課程的進行是以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	
課程大綱	<ul style="list-style-type: none"> <li>一、全球行銷環境分析</li> <li>二、跨國行銷產品策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>1.標準化策略</li> <li>2.差異化策略</li> </ul> </li> <li>三、跨國行銷價格策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>1.吸脂定價</li> <li>2.滲透定價</li> <li>3.其他定價決策</li> <li>4.移轉定價</li> </ul> </li> <li>四、跨國行銷通路策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>1.直接通路與間接通路</li> <li>2.通路成員的管理</li> </ul> </li> <li>五、跨國行銷促銷策略 <ul style="list-style-type: none"> <li>1.廣告與人員促銷</li> <li>2.強力促銷與公共關係的運用</li> </ul> </li> </ul>
英文大綱	
教學方式	
評量方法	
指定用書	Marketing management 行銷源典
參考書籍	行銷源典 任立中 2010 前程書局 行銷管理 駱少康 編譯 2013 14th edition 東華書局 期刊
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	