

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
課程編碼	70D02901
系所代碼	07
開課班級	企管陸生研修班 二技企管四甲四技企管四甲四技企管四乙
開課教師	郭幸萍
學分	3.0
時數	3
上課節次地點	一 6 7 8 教室 S303
必選修	選修
課程概述	<p>時至今已是一全球化時代，唯經理人從國內市場轉移至全球市場時，行銷策略往往必須隨不同國家市場的文化、社會、經濟與政治法令環境而調整，國際行銷的重點即為企業經理人如何在面對不同的市場環境下，能整合擬訂出一更佳的全球產品、訂價、通路、與促銷策略。此課程除了理論的講授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。</p>
課程目標	<p>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，適應市場的變動與趨勢。國際行銷案例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。</p>
課程大綱	<p>Section I 緒論 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】 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】 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】 Section V 國際行銷組織結構【規劃，組織和控制全球行銷活動】 Section VI Book Reading 國際專題及個案補充</p>
英文大綱	<p>Section I Introduction Section II To analysis the globalization of market and environment Section III International strategies Section IV International marketing strategy Section V The organization structure of international marketing Section VI Book Reading International issue and case</p>

教學方式	
評量方法	
指定用書	國際行銷管理
參考書籍	1.陳澤義著(2011),國際行銷(初版), 普林斯頓公司出版 2.大前研一(2004)中華聯邦, 商周出版 3.大前研一(2006)無國界的世界：民族國家的終結, 立緒 4.商業周刊 5.天下雜誌 6.遠見雜誌
先修科目	選修者需先修過行銷管理或行銷相關課程
教學資源	
注意事項	<p>1.課程進度表為本學期之上課時間表，實際進度將視課程狀況作彈性調整。</p> <p>2.全班以每組 6-8 人為原則，最多分成八組進行國際行銷議題報告。</p> <p>3.報告以抽點方式進行，未參與者報告內容者及報告當天未出席者一律零分計算，請交 ppt 檔案)，書面報告請於報告日當天交齊，逾期不候。</p> <p>4.上課請將手機轉為振動，手機響者，次週補國際行銷議題口頭報告 10 分鐘一次。</p> <p>5.上課請勿使用 NB 或上網，違者扣參與分數。</p> <p>6.參與部份佔學期總分 5 分，一周末到扣 0.5 分，扣完為止。</p> <p>★★★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</p>
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	