

南臺科技大學 106 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	70D02903
課程中文名稱	國際行銷
課程英文名稱	International Marketing
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	二技企管四甲 四技企管四甲四技企管四乙
任課教師	郭幸萍
上課教室(時間)	週一第 6 節(S303) 週一第 7 節(S303) 週一第 8 節(S303)
課程時數	3
實習時數	0
授課語言 1	華語
授課語言 2	
輔導考照 1	
輔導考照 2	
課程概述	時至今日已是一全球化時代，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。
先修科目或預備能力	選修者需先修過行銷管理或行銷相關課程
課程學習目標與核心能力之對應	<p>※編號，中文課程學習目標，英文課程學習目標，對應系指標</p> <p>-----</p> <p>1.能了解國際行銷的核心觀念與知識。 , To be able to understand the core concepts and knowledge of international marketing. , 3 行銷與業務知識</p> <p>2.能具備收集國際行銷環境相關資料之技能。 , To be able to acquire the skills of collecting information of international marketing. , 1 基礎商管知識</p> <p>3.能利用國際行銷專業知識進行國際行銷個案的資料收集與個案報告。 , To be able to apply professional international marketing knowledge on case study and report properly. , 6 創新與解決問題能力</p> <p>4.能將國際行銷個案研究撰寫成完整的個案報告。 , To be able to finish writing a complete case report of international marketing. , 7 整合與企劃</p> <p>5.能培養正確的學習態度與團隊精神 , To be able to cultivate a good learning</p>

	attitude and team spirit. , 13 工作態度與團隊合作
中文課程大綱	<p>Section I 緒論</p> <p>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】</p> <p>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】</p> <p>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】</p> <p>Section V 國際行銷組織結構【規劃，組織和控制全球行銷活動】</p> <p>Section VI Book Reading</p> <p>國際專題及個案補充</p>
英/日文課程大綱	<p>Section I Introduction</p> <p>Section II To analysis the globalization of market and environment</p> <p>Section III International strategies</p> <p>Section IV International marketing strategy</p> <p>Section V The organization structure of international marketing</p> <p>Section VI Book Reading</p> <p>International issue and case</p>
課程進度表	<p>09/18 課程介紹&Section I 緒論</p> <p>09/25 Section II 全球環境【經濟環境、行銷環境、經濟環境、行銷環境】&個案討論</p> <p>10/02 Section II 全球環境【全球經濟及法律環境】&個案討論</p> <p>10/09 放假(09/30 補課)</p> <p>10/16 Section II 全球環境【文化環境】&個案討論</p> <p>10/23 專家演講:匯率的變動對企業經營管理的影響及個人的投資理財之道</p> <p>10/30 Section III 國際市場機會【國際市場進入演進程序】</p> <p>11/06 Section III 國際市場機會【國際市場區隔與定位】&個案討論</p> <p>11/13~17 期中考</p> <p>11/20 Section IV 國際策略規劃【國際策略規劃與國家競爭優勢】&個案討論</p> <p>11/27 Section V 國際行銷策略【國際產品、品牌策略】&個案討論</p> <p>12/04 Section V 國際行銷策略【國際訂價策略】&個案討論</p> <p>12/11 Section V 國際行銷策略【國際通路和推廣策略】&個案討論</p> <p>12/18 期末國際行銷議題報告(第 1-3 組)</p> <p>12/25 期末國際行銷議題報告(第 4-6 組)</p> <p>01/01 放假</p> <p>01/08 期末國際行銷議題報告(第 7-9 組)</p> <p>01/15~19 期末考</p>

<p>教學方式與評量方法</p>	<p>※課程學習目標，教學方式，評量方式</p> <p>-----</p> <p>能了解國際行銷的核心觀念與知識。 ， 課堂講授啟發思考個案研究(PBL)，筆試</p> <p>能具備收集國際行銷環境相關資料之技能。 ， 課堂講授分組討論啟發思考，口頭報告筆試</p> <p>能利用國際行銷專業知識進行國際行銷個案的資料收集與個案報告。 ， 分組討論啟發思考，口頭報告</p> <p>能將國際行銷個案研究撰寫成完整的個案報告。 ， 分組討論啟發思考個案研究(PBL)，口頭報告書面報告</p> <p>能培養正確的學習態度與團隊精神，分組討論啟發思考，日常表現同儕互評</p>
<p>指定用書</p>	<p>書名：國際行銷學: 建構全球行銷能力</p> <p>作者：張國雄</p> <p>書局：前程文化</p> <p>年份：2016</p> <p>ISBN：9789865774592</p> <p>版本：5 版</p>
<p>參考書籍</p>	<p>商業周刊</p> <p>天下雜誌</p> <p>遠見雜誌</p>
<p>教學軟體</p>	<p>無</p>
<p>課程規範</p>	<p>1.全班以每組 4-5 人為原則進行國際行銷議題報告。</p> <p>2.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 及 Video 全部檔案。</p> <p>3.上課請將手機轉為振動，上課請勿使用手機或 NB，違者扣參與分數 1 分/次/節。</p> <p>5.參與部份佔學期總分 10 分，點名未到扣 1 分/次/節，扣完為止。</p> <p>6.此表為本學期之上課時，實際將視課程進度作彈性調整。</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>