

# 南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	70P03101
課程中文名稱	國際行銷(與夜四技企管三甲合開)S303
課程英文名稱	International Marketing
學分數	3.0
必選修	選修
開課班級	專四技企管三甲
任課教師	郭幸萍
上課教室(時間)	週一第 12 節() 週一第 13 節() 週一第 14 節()
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	此課程除了理論的講述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	
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 attitude and team spirit. , 13 工作態度與團隊合作</p>
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</p>

	<p>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> <p>國際行銷相關書籍導讀</p>
英/日文課程大綱	<p>Section I Introduction</p> <p>Section II To analysis the globalization of market and envirenment</p> <p>Section III International strategies</p> <p>Section IV Internation marketing strategy</p> <p>Section V The organization structure of internation marketing</p> <p>Section VI Book Reading</p> <p>Internation issue and case</p> <p>Internation marketing book reading</p>
課程進度表	<p>第 1 周 課程介紹</p> <p>第 2 周 Section I 緒論&amp;個案分析</p> <p>第 3 周 Section II 全球環境【全球政治及法律環境】&amp;個案分析</p> <p>第 4 周 Section II 全球環境【全球政治及法律環境】&amp;個案分析</p> <p>第 5 周 Section II 全球環境【全球文化環境】&amp;個案分析</p> <p>第 6 周 Section III 國際市場機會【場區隔與定位】&amp;個案分析</p> <p>第 7 周 Section III 國際市場機會【場區隔與定位】&amp;個案分析</p> <p>第 8 周 IV 國際策略規劃【國際策略規劃與國家競爭優勢】&amp;個案分析</p> <p>第 9 周 期中考</p> <p>第 10 周 SectionIV 國際策略規劃【國際市場進入策略】&amp;個案分析</p> <p>第 11 周 Section V 國際行銷策略【國際產品品牌策略】&amp;個案分析</p> <p>第 12 周 Section V 國際行銷策略【國際產品品牌策略】&amp;個案分析</p> <p>第 13 周 Section V 國際行銷策略【國際訂價策略及通路策略】&amp;個案分析</p> <p>第 14 周 Section V 國際行銷策略【國際通路策略、整合行銷溝通策略】&amp;個案分析</p> <p>第 15 周 Report1-4</p> <p>第 16 周 Report5-8</p> <p>第 17 周 國定假日</p> <p>第 18 周 期末考</p>
教學方式與評量方法	<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。 ， 課堂講授分組討論 ， 口頭報告筆試</p>

	<p>能具備收集國際行銷環境相關資料之技能。 ， 分組討論課堂講授啟發思考 ， 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。 ， 啟發思考課堂講授分組討論成果驗收 ， 口頭報告書面報告</p> <p>能將國際行銷個案研究撰寫成完整的個案報告。 ， 分組討論課堂講授 ， 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。 ， 分組討論實作演練 ， 口頭報告日常表現同儕互評</p>
指定用書	<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：五版</p>
參考書籍	<ol style="list-style-type: none"> <li>1..商業周刊</li> <li>2.天下雜誌</li> <li>3.遠見雜誌</li> </ol>
教學軟體	無
課程規範	<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> <ol style="list-style-type: none"> <li>1.全班以每組 5-7 人為原則，最多分成 9 進行國際行銷議題報告。</li> <li>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。</li> <li>3.本學期上課會預排坐位,請依照指定坐位入坐,請勿隨意更換坐位,以免誤記缺曠。</li> <li>4.上課請將手機轉為振動，手機響者，扣總分 0.5 分/節。</li> <li>5.上課請勿使用 NB 和手機上網，違者扣總分 0.5 分/節。</li> <li>6.參與部份佔學期總分 20 分，一周未到扣 1.5 分，扣完為止。</li> <li>7.此表為本學期之上課時，實際將視課程進度作彈性調整。</li> </ol>