

南臺科技大學 106 學年度第 2 學期課程資訊

課程代碼	D0D11902
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	四技行流二甲
任課教師	蔡雅玲
上課教室(時間)	週四第 6 節(T0308) 週四第 7 節(T0308) 週四第 8 節(T0308)
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	本課程分成四大部分,從探討國際行銷與一般行銷差異開始,進而觀察國際環境演變重組整合與文化差異對於國際行銷的影響及策略,最後提供國際新興市場議題。
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.熟悉行銷管理之流程，--，2 行銷與銷售管理知識 2.提升評估決策情境之能力，--，5 整合與解決問題能力 3.擬定具體可行之行銷策略，--，6 企劃能力 4.培養行銷與流通之整合能力，--，7 行銷與流通整合能力 5.培養行銷與流通之整合能力，--，7 行銷與流通整合能力 6.訓練其外語能力，--，10 外語能力與國際觀</p>
中文課程大綱	<p>第一部分</p> <p>1. 國際行銷的定義與範疇 2. 國際行銷的動態環境 3. 多國市場與新興經濟體</p> <p>第二部分</p> <p>1. 評估全球市場時應考量的文化變遷 2. 文化、管理風格與商業體系</p> <p>第三部分</p>

	1. 國際產品策略 2. 國際通路策略 3. 國際價格策略 4. 國際推廣策略 第四部分 1. 國際合作與談判
英/日文課程大綱	
課程進度表	Week1：國際行銷概論 Week2：經濟環境分析 Week3：政治,社會與技術環境分析 Week4：文化與國際行銷管理 Week5：國際企業行銷策略規劃話 Week6：國際市場區隔及定位 Week7：全球消費者行為決策 Week8：國際市場進入策略 Week9：期中報告 Week10: 國際產品策略 Week11: 國際品牌策略 Week12: 國際產品定價 Week13: 國際企業通路策略 Week14: 國際廣告管理 Week15: 人員銷售與促銷管理 Week16: 國際行銷的未來 Week17: 國際行銷的未來:兼論網路行銷 Week18: 期末作業
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 熟悉行銷管理之流程，課堂講授，口頭報告 提升評估決策情境之能力，分組討論，口頭報告 擬定具體可行之行銷策略，課堂講授，作業 培養行銷與流通之整合能力，課堂講授啟發思考，作業 培養行銷與流通之整合能力，課堂講授啟發思考，作業 訓練其外語能力，啟發思考，同儕互評
指定用書	書名：國際行銷 作者：陳澤義 書局：普林斯頓 年份：2015 ISBN：978-986-5917-48-7 版本：2

參考書籍	國際行銷,陳澤義,高立圖書,2011 國際行銷管理,鄭紹成,前程書局,2008 國際行銷學,于卓民等箸,智勝書局,2009
教學軟體	
課程規範	請注意出席率.