

# 南臺科技大學 107 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	60N17Q01
課程中文名稱	國際行銷管理
課程英文名稱	International Marketing Management
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	夜四技國企三甲
任課教師	梁文科
上課教室(時間)	週一第 12 節(S501) 週一第 13 節(S501) 週一第 14 節(S501)
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。
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.能了解國際行銷的相關知識、策略、技巧，--，1 國際商務知識</p> <p>2.養成實務操作之經驗與能力，並擁有相關的專業證照之考照能力，--，9 實務技能</p> <p>3.能夠建立清晰邏輯思考及推理能力，--，12 邏輯思考能力</p> <p>4.能了解各國文化與歷史的意義，並於生活中探索接納不同文化的差異，展現人文反省的能力，--，14 人文素養</p>
中文課程大綱	<p>一、全球行銷環境分析</p> <p>二、跨國行銷產品策略</p> <p>1.標準化策略</p> <p>2.差異化策略</p> <p>三、跨國行銷價格策略</p> <p>1.吸脂定價</p> <p>2.滲透定價</p> <p>3.其他定價決策</p> <p>4.移轉定價</p> <p>四、跨國行銷通路策略</p>

	1.直接通路與間接通路 2.通路成員的管理 五、跨國行銷促銷策略 1.廣告與人員促銷 2.強力促銷與公共關係的運用
英/日文課程大綱	
課程進度表	第一週 師生認識；課程介紹；課堂規定與評分標準 第 1 章 全球化與全球行銷 第二週 第 2 章 經濟環境 第三週 第 3 章 文化環境 第四週 第 4 章 政治環境 第五週 第 5 章 全球行銷研究 第六週 第 6 章 全球競爭策略、市場區隔與定位 第七週 第 7 章 全球進入策略 第八週 第 8 章 全球產品策略 第九週 期中考試週 第十週 第 9 章 全球產品管理 第十一週 第 10 章 全球訂價策略 第十二週 第 11 章 全球行銷通路管理 第十三週 第 12 章 全球運籌與供應鏈管理 第十四週 第 13 章 全球推廣策略 第十五週 第 14 章 全球廣告管理 第十六週 第 15 章 全球行銷的組織與控制 第十七週 筆記繳交 第十八週 期末考試週
教學方式與評量方法	※課程學習目標，教學方式，評量方式 ----- 能了解國際行銷的相關知識、策略、技巧，課堂講授，口試 養成實務操作之經驗與能力，並擁有相關的專業證照之考照能力，課堂講授，筆試 能夠建立清晰邏輯思考及推理能力，課堂講授，口試 能了解各國文化與歷史的意義，並於生活中探索接納不同文化的差異，展現人文反省的能力，課堂講授，筆試
指定用書	書名：國際行銷學 作者：張國雄 書局：前程書局 年份：2016 ISBN：978-986-5774-59-2

	版本：5
參考書籍	
教學軟體	
課程規範	上課常點名