

南臺科技大學 108 學年度第 1 學期課程資訊

課程代碼	D0M04O01
課程中文名稱	國際行銷專題
課程英文名稱	Topic of International Marketing
學分數	3.0
必選修	必修
開課班級	碩研工管一甲 碩研資管一甲 碩研行流一甲
任課教師	蔡雅玲
上課教室(時間)	週二第 6 節(T0212) 週二第 7 節(T0212) 週二第 8 節(T0212)
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	本課程包括四個部分，第一部分介紹國際行銷面對的環境，包括文化、政治、法律、科技及經濟環境；第二部分介紹國際策略，包括國際市場進入程序、國際市場區隔、國際市場進入模式選擇；第三部分重心放在發展國際行銷組合，包括國際產品、國際通路、國際推廣及國際訂價；第四部分重點放在國際行銷組織結構。
先修科目或預備能力	
課程學習目標與核心能力之對應	
中文課程大綱	第 1 章：國際行銷概論 第 2 章：國際經濟、政治與法律環境 第 3 章：國際文化環境 第 4 章：國際市場機會與行銷研究 第 5 章：國際市場區隔與定位 第 6 章：國際策略與國家競爭優勢 第 7 章：國際市場進入策略
英/日文課程大綱	Chapter 1: Introduction to International Marketing Chapter 2: International Economic, Political, and Legal Environments Chapter 3: International Cultural Environment Chapter 4: International Market Opportunity and Marketing Research

	Chapter 5: International Market Segmentation and Positioning Chapter 6: International Strategy and National Competitive Advantage Chapter 7: International Market Entry Strategy
課程進度表	<p>第一週 師生認識；課程介紹；課堂規定與評分標準</p> <p>第 1 章 緒論</p> <p>第二週 第 2 章 經濟環境</p> <p>第三週 第 3 章 文化環境</p> <p>第四週 第 4 章 政治環境</p> <p>第五週 第 5 章 全球行銷研究</p> <p>第六週 第 6 章 全球競爭策略、市場區隔與定位</p> <p>第七週 第 7 章 全球進入策略</p> <p>第八週 第 8 章 全球產品策略</p> <p>第九週 期中考試週</p> <p>第十週 第 9 章 全球產品管理</p> <p>第十一週 第 10 章 全球定價策略</p> <p>第十二週 第 11 章 全球行銷通路</p> <p>第十三週 第 12 章 全球運籌與供應鏈管理</p> <p>第十四週 第 13 章 全球推廣策略</p> <p>第十五週 第 14 章 全球廣告管理</p> <p>第十六週 第 15 章 全球行銷的組織與控制</p> <p>第十七週 學生課堂口頭報告與討論（學期報告或個案討論）</p> <p>第十八週 期末考試週</p>
教學方式與評量方法	
指定用書	<p>書名：國際行銷</p> <p>作者：林建煌</p> <p>書局：華泰</p> <p>年份：2017</p> <p>ISBN：978-957-43-4503-8</p> <p>版本：5</p>
參考書籍	期刊文章
教學軟體	
課程規範	出席率