朝陽科技大學 093學年度第2學期教學大綱
International Marketing Management 國際行銷管理

當期課號	1385	Course Number	1385
授課教師	莊世杰	Instructor	CHUANG,SHIN CHIEH
中文課名	國際行銷管理	Course Name	International Marketing Management
開課單位	企業管理系(四日)三A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	本課程的主要內容包括： 國際行銷與國際貿易的區別、國際行銷活動產生原因與進入模式、 國際行銷與企業組織、國際主要經濟組織(EEU, WTO, ASENA, APEC, 美墨加經濟同盟等)、 國際行銷產品策略與生命周期、 國際行銷價格策略、國際行銷通路策略、 國際行銷促銷策略、世界主要市場分析等內容，藉以建立學生國際行銷的基本觀念與決策能力。	Objectives	This course includes: Theories and practice of international marketing management ; The impact of international economic situation on international marketing; International supply-chain management; international logistics ; International pricing transfering ; the International marketing of product, place, price, promotion etc. Through case study, lecture, discussion, this course aims to build a basic conception of knolwedge and ability of decision-making about international marketing.
教材	1. International Marketing (Eleventh Edition ,11版)Philip R. Cateora 與 John L. Graham著McGraw Hill出版（滄海書局）2. 國際行銷學（第十版）Cateora,Graham原著，張峻源譯（台灣西書出版）3. 國際行銷個案教材（中文、英文）	Teaching Materials	
成績評量方式	1.課堂參與（20%）。2.分組專題研討心得報告（30%）。3.國際行銷管理案例研究報告（40%）。4.期末考（10%）。	Grading	1.performance of class (20%) 2.orale report (30%) 3.case study study and discussion about international marketing issues (40%) Final examen (10%)
教師網頁			
教學內容	1.以全球觀點架構探討國際行銷管理策略各層面問題。2.透過個案討論，整合國際行銷理論與實際，並了解跨國企業與台灣企業之國際行銷面臨之課題與作法。	Syllabus	1.To explore the different issues of international marketing with the global viewpoint. 2.By means of case study to integrate the theory and practice about international marketing and to understand multinational enterprises' international marketing issues.

尊重智慧財產權，請勿非法影印。