朝陽科技大學 096學年度第2學期教學大綱
International Marketing Management 國際行銷管理

當期課號	3116	Course Number	3116
授課教師	吳文貴	Instructor	WU,WEN KUEI
中文課名	國際行銷管理	Course Name	International Marketing Management
開課單位	企業管理系(二進)四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.張國雄著(2005)，國際行銷學：建構全球行銷能力，前程文化出版。 2.課堂個案。	Teaching Materials	1.Zhang, K. X.(2005), "International Marketing: Building the Global Marketing Capability", Qian Cheng Publising.
成績評量方式	1.期中考：30% 2.個案報告、作業：60% 3.課堂參與：10%	Grading	1.Mid-term exam.:30% 2.Case report : 60% 3.Class participation:10%
教師網頁			
教學內容	ch1 國際行銷概論 ch2 國際經濟、科技環境 ch3,4 國際政治、文化環境 ch5 國際市場進入與國際行銷資訊 ch6 國際行銷策略規劃與國家競爭優勢 ch7 國際市場進入模式與國家選擇 ch8 國際代工、策略聯盟、與併購 期中考 ch9 國際產品策略 ch10 國際品牌策略 ch11 國際定價策略 ch12 國際通路策略 ch13-15國際廣告與整合行銷策略	Syllabus	ch1 Introduction ch2 Economic & Technical Environment ch3,4 Political & Cultural Environment ch5 Foreign Market Entry and Marketing Information ch6 International Marketing Strategy Planning and National Advantage of Competition ch7 Foreign Market Entry Strategies ch8 OEM, Strategic Alliance, M & A Mid-term Exam. ch9 Product Strategies ch10 Branding and Packaging Decisions ch11 Pricing Strategies ch12 Channels of Distribution ch13-15 Advertising and Promotion strategies

尊重智慧財產權，請勿非法影印。