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

當期課號	7051	Course Number	7051
授課教師	龔昶元	Instructor	KUNG,CHAANG YUNG
中文課名	國際行銷管理研究	Course Name	International Marketing Management Research
開課單位	企業管理系碩士班一A	Department	
修習別	選修	Required/Elective	Elective
學分數	3	Credits	3
課程目標	1、 國際行銷意義與國際貿易的區別 2、 國際行銷活動產生原因與進入模式3、 直、間接出口，策略聯盟:(包括合資(joint-venture)技術授權(Licensing),管理契約(Mergerand Acquisition),B.O.T.(Build,Operateand Transfer)等過程與程序要點。4、 國際行銷與企業組織5、 國際主要經濟組織(EEU,WTO,ASENA,APEC,美墨加經濟同盟等)6、 國際行銷產品策略與生命周期7、 國際行銷價格策略8、 國際行銷通路策略9、 國際行銷促銷策略10、世界主要市場分析	Objectives	1. Theories and practice of international marketing management 2. The impact of international economic situation on international marketing 3. International supply-chain management 4. international logistics 5. International pricing transfering 6. International promotion 7. Standerization and differentiation 8. Exchange rate and international marketing 9. Futural development
教材	1.GLOBAL MARKETING- adecision-oriented approach, third edition, Svend Hollensen著, Prentice Hall出版（高立出版社）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（教師編選教材）	Teaching Materials	.GLOBAL MARKETING- adecision-oriented approach, third edition, Svend Hollensen
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	龔昶元（法國第一巴黎大學企業管理博士，本系所專任副教授）		
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。