朝陽科技大學 097學年度第2學期教學大綱
International Marketing Management 國際行銷管理

當期課號	1232	Course Number	1232
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(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.鄭紹成著(2007)，國際行銷管理，前程文化出版。 2.課堂個案。	Teaching Materials	1.Zhang, K. X.(2007), "International Marketing: Building the Global Marketing Capability", Qian Cheng Publising.
成績評量方式	1.期中考：30% 2.期末報告：60% 3.課堂參與：10%	Grading	1.Mid-term exam.:30% 2.Term paper: 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 期末報告 期末報告	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 Presentation Presentation

尊重智慧財產權，請勿非法影印。