朝陽科技大學 098學年度第2學期教學大綱
International Marketing Management 國際行銷管理

當期課號	1227	Course Number	1227
授課教師	葛維鈞	Instructor	KO,WEI CHUN
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	M. Kotabe & K. Helsen, Global Marketing Management, 4th ed., Wiley, 2008	Teaching Materials	M. Kotabe & K. Helsen, Global Marketing Management, 4th ed., Wiley, 2008
成績評量方式	期中考 35% 期末考 45% 參與 20%	Grading	Midterm 35% Final 45% Participation 20%
教師網頁	_		
教學內容	1. 全球化趨勢與意義 2. 經濟環境 3. 財務環境 4. 全球文化環境與購買行爲 5. 政治與法律環境 6. 球市場區隔與定位 7. 全球行銷策略 8. 全球市場進入策略 9. 期中考 10. 全球委外策略 11. 全球新產品 12. 全球產品與服務 13. 全球訂價 14. 與世界消費者溝通 15. 銷售管理 16. 全球物流與配送 17. 進出口管理 18. 期末考	Syllabus	1. Globalization Imperative 2. Economic environment 3. Financial environment 4. Global cultural environment and buying behavior 5. Political & legal environments 6. Global segmentation and positioning 7. Global marketing strategies 8. Global market entry strategies 9. Midterm exam 10. Global sourcing strategy 11. Developing new products for global markets 12. Marketing products and services globally 13. Global pricing 14. Communicating with the world consumer 15. Sales management 16. Global logistics and distribution 17. Export and import management 18. Final exam

尊重智慧財產權，請勿非法影印。