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	3135	Course Number	3135
授課教師	謝介人	Instructor	,
中文課名	國際行銷管理	Course Name	International Marketing Management
開課單位	企業管理系(四進)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	國際行銷管理：亞洲觀點與全球思維/前程文化事業有限公司，二版，2008年12月。	Teaching Materials	International Marketing Management：Asia Perspective& Global Thinking
成績評量方式	心得報告30% 期中考45% 課堂表現25%	Grading	written report:30% Mid-term exam:45% quiz:25%
教師網頁	http://lms.ctl.cyut.edu.tw/blog/2000090		
教學內容	第一章 國際行銷緒論 第二章 國際經濟環境 第三章 國際政治環境 第四章 國際文化環境 第五章 國際行銷研究 第六章 國家競爭優勢、國際企業策略與國際市場選擇 第七章 國際市場進入策略 期中考 第八章 國際產品決策 第九章 國際新產品發展與國際品牌決策 第十章 國際訂價決策 第十一章 國際通路決策 第十二章 國際行銷溝通決策：人員銷售與溝通工具 第十三章 國際行銷溝通決策：廣告與公共關係 第十四章 國際行銷組織、控制與規劃 期末報告	Syllabus	Chapter1 Induction Chapter2 International Economic Environment Chapter3 International Political Environment Chapter4 International Culture Environment Chapter5 International Marketing Research Chapter6 National Competitive Advantage, International Strategy, and Market Choice Chapter7 International Market Entry Strategies Mid-term Exam Chapter8 International Product Decision Chapter9 International New Product Development and International Brand Decision Chapter10 International Pricing Decision Chapter11 International Channel Decision Chapter12 International Communication Decision：Personal Selling and Communication Tools Chapter13 International Communication Decision：Advertising and Publicity Chapter14 International Marketing Organization, Controlling, and Planning

尊重智慧財產權，請勿非法影印。