朝陽科技大學
102學年度第2學期教學大綱

當期課號	1133	中文科名	國際行銷管理
授課教師	吳文貴	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
開課班級	日間部四年制3年級 A班		
修習別	專業必修		
類別	英語授課		

本課程與系所培養學生核心能力關聯度	高度關聯	中高關聯	中度關聯	中低關聯	低度關聯
專業倫理與團隊合作態度。					✔
自主學習與終身學習態度。			✔		
產業趨勢與國際視野洞察能力。	✔				
管理問題辨識與分析能力。			✔		
創意與創新能力。	✔				
流程企劃與分析能力。		✔			
行銷與業務能力。	✔				

本課程培養學生下列知識：

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。

1.具備國際行銷管理之基本概念。
2.瞭解國際行銷決策之內涵與實務。
3.瞭解國際行銷活動執行所需之之內涵與實務。

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.

每週授課主題

第01週：第一章　國際行銷概論
第02週：個案研討
第03週：第二章　國際經貿環境
第04週：個案研討
第05週：第三、四章　國際行銷研究、國家競爭優勢、國家企業策略與國際市場選擇
第06週：個案研討
第07週： 第五章　國際產品決策
第08週：第六章　國際訂價決策
第09週：期中考
第10週： 第七章　國際通路決策
第11週：個案研討
第12週：第八章　國際行銷溝通決策：人員銷售與促銷
第13週：個案研討
第14週： 第九章　國際行銷溝通決策：廣告與公共關係
第15週：個案研討
第16週： 第九章　國際行銷溝通決策：廣告與公共關係
第17週：個案研討
第18週：期末考

成績及評量方式

期中考：30%
期末考：30%
平時作業及出席：40%

證照、國家考試及競賽關係

■國際行銷初級人才認證檢定

主要教材

1.國際行銷管理，Keegan, W. J. and Green, M. C. 林隆儀審閱，彭信旗、張瑋真合譯，雙葉書局。(教科書)

參考資料

本課程無參考資料!

建議先修課程

本課程無建議先修課程

教師資料

教師網頁：http://www.cyut.edu.tw/~wenkuei/
E-Mail： wenkuei@cyut.edu.tw
Office Hour：
星期一,第3~4節,地點:T2-1038;
星期五,第5~6節,地點:T2-1038;
分機:7688

[關閉] [列印]

尊重智慧財產權，請勿不法影印。