

**朝陽科技大學**  
**103學年度第2學期教學大綱**

當期課號	1138	中文科名	國際行銷管理
授課教師	吳政峰	開課單位	企業管理系
學分數	3	修課時數	3
修習別	專業選修	開課班級	日間部四年制3年級 A班
類別	一般課程		

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, ASENS, APEC, 美墨加經濟同盟等)、國際行銷產品策略與生命週期、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 transferring ; the International marketing of product, place, price, promotion etc. Through case study, lecture, discussion, this course aims to build a basic conception of knowledge and ability of decision-making about international marketing.

**每週授課主題**

- 第01週：課程簡介
- 第02週：第一章 國際行銷概論
- 第03週：第二章 經濟環境分析
- 第04週：第三章 政治與社會環境分析
- 第05週：第四章 文化與國際行銷管理
- 第06週：第五章 國際企業行銷策略規劃
- 第07週：第六章 國際市場區隔及定位
- 第08週：第七章 全球消費者行為決策
- 第09週：期中考
- 第10週：第八章 國際市場進入策略
- 第11週：第九章 國際產品策略
- 第12週：第十章 國際品牌策略
- 第13週：第十一章 國際產品定價
- 第14週：第十二章 國際企業通路策略
- 第15週：第十三章 國際廣告管理
- 第16週：第十四章 人員銷售與促銷管理
- 第17週：第十五章 國際行銷的未來：兼論網路行銷
- 第18週：期末考

**成績及評量方式**

- 出席：20%
- 期中考：40%
- 期末考：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. 書名：國際行銷 作者：陳澤義 出版社：高立圖書 (教科書)

### 參考資料

本課程無參考資料!

### 建議先修課程

1.無

### 教師資料

教師網頁：<http://www.cyut.edu.tw/~gotovski/>

E-Mail：[gotovski@yahoo.com.tw](mailto:gotovski@yahoo.com.tw)

Office Hour：

分機：

[關閉](#) [列印](#)

尊重智慧財產權，請勿不法影印。