

[重新查詢](#)[友善列印](#)**0981學期 課程基本資料**

系所 / 年級	經管系 3年級	課號 / 班別	82U00017 / A
學分數	3學分	選 / 必修	選修
科目中文名稱	國際行銷	科目英文名稱	International marketing
主要授課老師	游雅雯	開課期間	一學年之上學期
人數上限	78 人	已選人數	71人

起始週 / 結束週 / 上課地點 / 上課時間

第1週 / 第18週 / A117 / 星期5第05節
第1週 / 第18週 / A117 / 星期5第06節
第1週 / 第18週 / A117 / 星期5第07節

請各位同學遵守智慧財產權觀念；請勿非法影印。

教學綱要

- 國際行銷課程是以行銷活動的集中、協調與整合，通盤考量的國際行銷策略。其中包含行銷議題來探討最新觀念、行銷的執行與評估。課程中強調分析市場狀況，以理論與個案討論並重，以行銷理論為基礎來分析思考行銷問題。其目的是使學生瞭解行銷的基本概念，掌握行銷的基本原理、基本分析方法和基本技能，培養學生分析問題與解決問題的能力。
- 一、教學目標(Objective)
- 二、先修科目(Pre Course)
- 三、教材內容(Outline) 1.國際行銷管理(第二版)，作者:林建煌，華泰文化。 2.行銷管理個案:實務與決策導向(初版)，作者:曾光華，出版社:前程文化事業有限公司。
- 四、教學方式(Teaching Method) 上課內容主要結合理論和全球視野的角度來探討國際行銷。主要以課本內容為主，並針對國際行銷案例作個案研討。
- 五、參考書目(Reference) 1. Marketing Management: An Asian Perspective (Fifth Edition), Philip Kotler, Kevin Lane Keller, Swee Hoon Ang, Siew Meng Leong, and Chin Tiong Tan, Prentice Hall.

2009/9/18 課程簡介、評量說明
2009/9/25 行銷管理概論
2009/10/2 全球化與全球行銷
2009/10/9 經濟環境
2009/10/16 文化環境
2009/10/23 政治環境
2009/10/30 全球競爭策略
2009/11/6 市場區隔與定位

游雅雯
游雅雯
游雅雯
游雅雯
游雅雯
游雅雯
游雅雯
游雅雯

六、教學進度(Syllabi)	2009/11/13	期中考試週	游雅雯
	2009/11/20	全球進入策略	游雅雯
	2009/11/27	全球產品策略	游雅雯
	2009/12/4	全球產品管理	游雅雯
	2009/12/11	全球訂價策略	游雅雯
	2009/12/18	全球行銷通路	游雅雯
	2009/12/25	全球運籌與供應鏈管理	游雅雯
	2010/1/1	國定假日	游雅雯
	2010/1/8	重點回顧	游雅雯
	2010/1/15	期末考試週	游雅雯

七、評量方式(Evaluation) 期中考：20% 期中報告：20% 期末報告：30% 小考、作業、出席、課堂參與、學習態度: 30% 報告方式將於課堂上另行說明。

八、講義位址(<http://>)

九、教育目標

重新查詢