

國立中興大學教學大綱

課程名稱 (course name)	(中) 國際行銷管理(9551)				
	(Eng.) International Marketing Management				
開課單位 (offering dept.)	農企業碩專				
課程類別 (course type)	選修	學分 (credits)	3	授課教師 (teacher)	林谷合
選課單位 (department)	農企業碩專碩專班	授課語言 (language)	中文	開課學期 (semester)	1012
課程簡述 (course description)	本課程藉由國際行銷學理論與實務的講授與探討，使學生了解國際行銷對企業跨國經營的重要性。並藉由分析討論與行銷學相關的議題，教導學生靈活應用行銷的理論與模型。				
先修課程名稱 (prerequisites)					
課程與核心能力關聯配比(%) (relevance of course objectives and core learning outcomes)			課程目標之教學方法與評量方法 (teaching and assessment methods for course objectives)		
課程目標	核心能力	配比 (%)	教學方法	評量方法	
增進學生全球市場知識，瞭解國際行銷的技巧，進而協助產業競爭力之提升	1.進階專業知能 2.問題分析與邏輯推理 3.自主學習與創意 4.溝通與團隊合作	50 30 20 0	討論 講授	出席狀況 口頭報告 測驗	
授課內容(單元名稱與內容、習作/每週授課進度/考試進度、備註) (course content and homework/schedule/tests schedule)					
第1週 國際商業環境導論 第2週 國際行銷規劃 第3週 全球經濟環境 第4週 全球社會文化環境 第5週 全球政治法律環境 第6週 國際行銷研究 第7週 國際行銷資訊系統 第8週 全球市場區隔與市場定位 第9週 全球競爭策略 第10週 全球市場進入策略 第11週 國際產品決策 第12週 國際價格決策 第13週 國際配銷決策 第14週 國際促銷決策 第15週 國際廣告決策 第16週 全球經濟整合與國際行銷 第17週 台商國際行銷實務 第18週 國際行銷議題討論					
學習評量方式 (evaluation)					
平時表現(30%)、團體報告(20%)、考試(50%)					
教科書&參考書目(書名、作者、書局、代理商、說明) (textbook & other references)					

課程教材（教師個人網址請列在本校內之網址）
(teaching aids & teacher's website)

Kotabe, M. and Helsen, K., Global Marketing Management, 5th Edition, Publisher: John Wiley and Sons, Inc., Year: 2010, ISBN: 978-0-470-50574-8.

課程輔導時間
(office hours)

週四早上十時至下午一時

請尊重智慧財產權，不得非法影印他人著作。

列印日期：2013 年 3 月 14 日