



國際行銷管理

International Marketing Management

國際行銷管理 (必修、一年級、3學分)

應達成核心能力： 1.國際化經營專業知能
2.資料分析與邏輯思考能力

課程概述

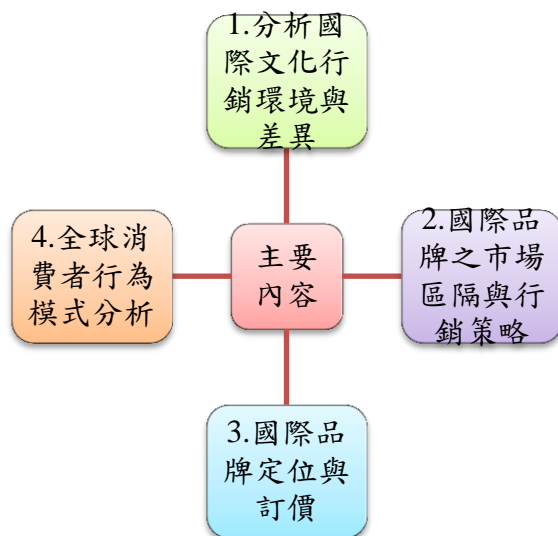
國際行銷管理係指企業協調與整合多國市場的行銷策略與管理活動之執行，內容涵蓋全球行銷環境分析、文化差異探討、市場區隔、目標市場選擇與市場訂位、進入市場有關策略之制訂、行銷策略、產品修正或標準化決策、國際定價、通路體系與促銷活動攸關決策，以及領導、組織、社會責任與電子商務等議題。本課程採用課堂講授、個案討論、和專題報告等方法進行教學。

教學目標

- 1.能分辨國際文化社會行銷環境之差異
- 2.能說明國際市場區隔與定位
- 3.能說出全球消費者市場行為之特點
- 4.能運用國際訂價策略相關知識技巧
- 5.能指出全球品牌之通路運籌與整合行銷模式

教學主題

本課程教學內容至少應涵蓋以下重要主題：



教學方法

本課程上課方式採遠距教學，依「大學遠距教學實施辦法」辦理開課，至少採取以下五種教學方法。

1. 多媒體教學法
2. 講述教學法
3. 討論教學法
4. 練習教學法
5. 合作學習法

評量方式

本課程評量方式應採多元學習評量，至少以下四種。

1. 線上議題討論互動
2. 面授課參與表現
3. 期中評量(報告或考試)
4. 期末評量(報告或考試)