

開南大學 96 年度第 1 學期 國際企業學系科目教學計劃表

| | | | | | | | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|--|----------|
| 課程編號 | 1 | 0 | 2 | 0 | 3 | 1 | 2 | 0 | 0 | <input checked="" type="checkbox"/> 必修 <input type="checkbox"/> 選修 | 授課教師： 陳維寧 開課系所： 國際企業 年級班別： 4 年 A、B 班 | 老師 學系 |
| 班次 | 02 | | | | | | | | | | | |
| 課程名稱(中文) | | | | | | | | | | 學分數 | 課程名稱(英文) | |
| 國際行銷管理 | | | | | | | | | | 3 | International Marketing | |
| 教學目標 與內容 | 一、教學目標：訓練學生了解國際行銷管理概念，學習認識和分析國際行銷問題以及培養解決問題能力。 二、主要內容：本科目主要內容分為基本概念，國際行銷環境與市場進入及行銷策略，行銷組合及行銷的執行。 以個案討論與分析方式讓學生能了解國際行銷的理論與實務。 | | | | | | | | | | | |
| 實施方法 | <input checked="" type="checkbox"/> 講解法 <input type="checkbox"/> 實作法 <input checked="" type="checkbox"/> 討論法 <input type="checkbox"/> 演習法 <input type="checkbox"/> 問答法 <input type="checkbox"/> 其他_____ | | | | | | | | | | | |
| 評量方式 | 期中測驗 30 % 期末測驗 <input type="checkbox"/> <input type="checkbox"/> % 平時成績 30 % 其他 個案分析 _____ 成績 40 % | | | | | | | | | | | |
| 授課使用及 參考書籍 | (請按作者、書名、版別、出版商、發行地、出版年份、起訖頁數順序填寫)。 張國雄, 國際行銷學, 二版, 前程文化, 2005 | | | | | | | | | | | |
| 科目簡介(含課程大綱及教學進度)： | | | | | | | | | | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 區域經濟整合 2. 文化, 消費者行爲與政治風險 3. 國際行銷策略與產品管理 4. 國際配銷與通路決策 5. 國際促銷與價格管理 6. 個案討論 | | | | | | | | | | | | |
| 說明： | | | | | | | | | | | | |
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 授課教師於學期前填寫本表，經課程委員會審核後，影印分送給教師所屬課程委員會召集人，授課班級所屬系、所及教務處課務組；並於開始上課時，將本內容向學生說明。 2. 本表於 91.4.23 第四次校課程委員會討論通過。 | | | | | | | | | | | | |

課程委員會召集人：

授課教師：陳維寧

課務組郭惠姍
辦事員課務組
96.9.12
收文章