

東吳大學遠距教學課程教學計畫

壹 課程基本資料

(1) 課程名稱	中文	國際行銷 (B 組)			
	英文	International Marketing			
(2) 開課系級	國貿系三年級				
(3) 開課單位名稱	國貿系				
(4) 授課教師姓名及職稱	謝效昭 (專任副教授) (如為共同授課, 授權書應由主持人確認後代為簽署)				
(5) 師資來源	☒ 專業系所聘任 ☐ 通識中心聘任 ☐ 以上合聘 ☐ 其他_____				
(6) 開課資料	☒ 必修 ☐ 選修	☒ 第一學期 ☐ 第二學期 ☐ 暑期重補修 ☐ 暑期提前開課 不同開課學期請分開填寫	3 學分		
(7) 教學型態	☒ 非同步遠距教學(請於下列三種教學方式中擇一勾選) ☒ 非同步+同步+面授 ☐ 非同步+同步 ☐ 非同步+面授 ☐ 同步遠距教學(主要教學方式以同步網路授課為主) 指國際或國內同步視訊直播課程。 國內收播學校: _____大學_____系所				
(8) 課程學制	☒ 學士班 ☐ 進修學士班 ☐ 碩士班 ☐ 碩士班在職專班 ☐ 博士班 ☐ 學位學程(☐ 碩士班(含碩士在職專班)) ☐ 學分學程(含教育學程)				
(9) 科目類別	☐ 共同科目 ☒ 專業科目 ☐ 教育科目 ☐ 通識科目 ☐ 其他(含全校性選修)				
(10) 預計總修課人數	50				
(11) 全英語教學	☐ 是 ☒ 否				
(12) 跨國遠距課程	☐ 是: 國外合作學校與系所名稱_____ ☐ 國內直播 ☐ 國內收播 ☐ 境外專班 ☐ 雙聯學制 ☐ 其他 ☒ 否				

貳 課程教學計畫

一教學目標	中文	本課程旨在教授國際行銷基本概念，包括國際環境對國際行銷的影響、國際行銷規劃與工具組合，以及現今重要的國際行銷管理議題與發展，以培養學生對國際行銷議題的敏感度與興趣，掌握其中主流思想與實務狀況。			
	英文	This course introduced the principle of international marketing. It includes the effects of international environment elements on international marketing, the planning and coordination of international marketing mix, and important issues on international marketing.			
二修讀對象	建議先修過行銷學 (註:請詳述修讀對象之條件，如：建議先修科目、先備條件與能力等。)				
三課程內容大綱 與教學進度	週	課程內容 1每週必填，共 18 週；畢業班為 14 週。 2期末學期考試前，請安排同學至線上教學平台填寫課堂反應問卷。 3遠距教學課程授課時數包含課程講授(影音教材)、師生互動討論、線上測驗、作業同儕互評等互動方式。	授課方式(請勾選✓)		
			1.1網路教學至少 9 週以上 1.2同步教學或教室面授至少 4 週以上		
			網路遠距	教室面授	
			同步	非同步	
	1	課程介紹、遠距課程操作、作業與報告說明	0.5hr		3hrs
	2	國際行銷導論		3hrs	
	3	企業的全球商務發展與趨勢		3hrs	
	4	國際貿易與經濟環境		3hrs	
	5	國際政治與法律環境		3hrs	
	6	國際社會、文化與科技環境		3hrs	
	7	國際市場進入策略與模式		3hrs	
	8	期中課程互動討論	3hrs		
	9	作業：台灣國際品牌個案分析	3hrs		
	10	專題演講			3hrs
	11	國際產品與品牌全球佈局策略		3hrs	
	12	國際訂價策略與引發的特殊議題		3hrs	
	13	國際通路策略與通路數位化		3hrs	
	14	國際整合溝通策略與溝通數位化		3hrs	
	15	期末課程互動討論	3hrs		
16	期末報告：國際行銷企劃書			3hrs	
17	期末報告：國際行銷企劃書			3hrs	
18	期末考	3hrs			
四教學方式 (可複選)	本欄填寫資料請務必與上表一致 ☒ 提供 同步教學，次數： 4 次，總時數： 12 小時 ☒ 提供 非同步教學，次數： 10 次，總時數： 30 小時 ☒ 提供 面授教學，次數： 4 次，總時數： 12 小時 ☐ 無須安排學校教室(須全數為線上教學課程方可勾選) ☐ 其他，請說明：				

表九之一 111 學年度適用(110 年 12 月版)

五課程進行時預計使用的學習管理系統功能（可複選）	使用系統 ☒ 同步視訊教學軟體(有線上同步教學之課程必填)： <u>teams</u> 請填寫軟體名稱 ☐ 本校 TronClass 行動化數位學習平台 ☐ 本校 Moodle 數位學習平台 課程內容 ☐ 課程簡介 ☐ 課程安排 ☐ 教材目錄 ☐ 測驗/考試 ☐ 作業/報告 ☐ 其他，請說明：_____ 課程資訊 ☐ 最新消息 ☐ 課程公告 ☐ 評量方式 ☐ 教師、助理資訊 ☐ 常見問題 ☐ 成績資訊 ☐ 提供教材內容供學習者下載 ☐ 線上討論區 ☐ 線上作業繳交 ☐ 其他，請說明：_____ 教學活動(至少使用 5 種) ☐ 教師講述 ☐ 操作演示 ☐ 議題討論 ☐ 實作練習 ☐ 角色扮演 ☐ 分組報告 ☐ 同儕互評 ☐ 腦力激盪 ☐ 搶答 ☐ 辯論 ☐ 其他，請說明：_____
六師生互動討論	教師線上固定討論時段(必備，每兩週 1 小時)： <u>非同步教學時，安排上課時間結束前的 20 分鐘進行線上互動</u> 教師實體空間課輔時間： <u>每週 4 小時</u> 教師 E-mail 信箱及分機： <u>hhc@scu.edu.tw / 2721</u> 其他，請說明： <u>建立班級 line 群組，隨時互動討論</u> (註：相關互動資訊請務必留存備查)
七評量方式 (可複選)	☐ 期中考試： _____ % ☐ 期末考試： <u>30</u> % ☐ 平時作業： <u>10</u> % ☐ 線上小考： <u>15</u> % ☐ 出席出勤： _____ % ☒ 線上互動： <u>15</u> % (務必納入成績評量方式) ☐ 其他(請說明： <u>期末報告</u>)： <u>30</u> %
八修課注意事項	第一週課程介紹、遠距課程操作、作業與報告說明，請務必出席。
九教材及參考資料	Cateora, Gilly, Graham, & Money (2019), <i>International Marketing</i>, 18th ed., McGraw-Hill Education, 華泰書局代理。 曾光華 (2018)，<i>國際行銷：突破眼界、突圍市場</i>，第一版，前程出版社。 張國雄 (2016)，<i>國際行銷學</i>，第五版，前程出版社。

附註：本遠距教學課程經教務會議核定通過後，校務行政系統中之授課計畫上傳作業，仍請教師自行處理。