

國立臺北教育大學 108 學年度第 2 學期第 2 次課程委員會議提案單	
案由	擬修改東南亞區域管理碩士學位學程 109 學年度課程架構，提請討論。
說明	一、 本案業經 109.04.08 本學程課程委員會討論通過。 二、 本次修正重點： (1) 新增 10 科目：依學程的專業性及未來發展性為考量，建議增加下列科目。 ● 「跨文化溝通與管理」 ● 「東南亞研究」 ● 「國際企業管理」 ● 「專案管理」 ● 「區域競爭力與國家競爭優勢」 ● 「多變量分析」 ● 「消費者行為研究」 ● 「東南亞區域行銷」 ● 「商業模式理論與實務專題」 ● 「領導統御理論與專題實務」 (2) 2 科目名稱修改： ● 「使用者經驗專題研究」(刪除) 改成「消費者行為研究」(新增)。 ● 「都市及區域規劃專題」(刪除) 改成「東南亞區域行銷」(新增)。 (3) 3 科目必選修調整： ● 「產業個案研究」改為選修。 ● 「獨立研究」改為選修。 ● 新增「東南亞研究」為必修。 (4) 6 科目刪除： ● 「會計學」及「財務管理」。此兩門課程為基礎科目，建議由指導教授依學生專業需求，建議下修大學部課程，但不計入畢業學分。 ● 「中級華語 I」及「中級華語 II」。學生入學時，華語已具有中高程度。若華語程度需精進，可安排學生至華語中心選修高階華語課程。 ● 「使用者經驗專題研究」及「都市及區域規劃專題」兩門課由更適合本學程之科目取代。 (5) 開課年級調整： ● 「研究方法」開課年級由一下調整為一上。 ● 「產業經營專題討論」開課年級由一下調整為一下。 ● 「產業實習」開課年級由二下調整為二上。 三、 檢附 109 年 4 月 8 日本學程課程委員會會議紀錄(附件 1, P. 2)、109 學年度課程架構修改對照表(附件 2, P. 6)、新增科目之教學大綱(附件 3~附件 12, P. 8~28)及修正後 109 學年度課程架構表(附件 13, P. 30)。
辦法	經校課程委員會審議通過後，送教務會議審議。
決議	

提案單位：東南亞區域管理碩士學位學程

【附件 1】

東南亞區域管理碩士學位學程課程委員會
會議紀錄

會議時間：109 年 4 月 8 日(星期三) 中午 12 時 30 分~13 時 30 分

會議地點：國立臺北教育大學行政大樓 5 樓 A504a

會議主持人：魏郁禎老師

校內委員：吳麗君老師、曾錦達老師、王維元老師、盧俊成老師、江政達老師、陳秋蓉老師、郭壽旺老師、陳蕙芬老師

校外委員：臺大國企系林修葺教授、Startboard 林致孚執行長、丹堤咖啡食品徐恒鈞副總經理

學生代表：學程碩二武氏林同學、學程碩一黎明清同學

記 錄：許慈雯小姐

壹、業務報告：略

貳、討論事項：

案由一：本學位學程 109 學年度課程架構，提請討論。

說 明：

1. 針對本學程課程之專業性及未來發展為考量，將修改學程課程架構之科目，以期更符合學生就業市場之需求。

2. 本次修正重點：

(1) 新增 10 科目：依學程的專業性及未來發展性為考量，建議增加下列科目。

- 「跨文化溝通與管理」(附件 2)
- 「東南亞研究」(附件 3)
- 「國際企業管理」(附件 4)
- 「專案管理」(附件 5)
- 「區域競爭力與國家競爭優勢」(附件 6)
- 「多變量分析」(附件 7)
- 「消費者行為研究」(由原課程演化)(附件 8)
- 「東南亞區域行銷」(由原課程演化)(附件 9)
- 「商業模式理論與實務專題」(附件 10)
- 「領導統御理論與專題實務」(附件 11)

(2) 2 科目名稱修改：

- 「使用者經驗專題研究」(刪除)改成「消費者行為研究」(新增)。
- 「都市及區域規劃專題」(刪除)改成「東南亞區域行銷」(新增)。

(3) 3 科目必選修調整：

- 「產業個案研究」改為選修。
- 「獨立研究」改為選修。
- 新增「東南亞研究」為必修。

(4) 6 科目刪除：

- 「會計學」及「財務管理」。此兩門課程為基礎科目，建議由指導教授依學生專業需求，建議下修大學部課程，但不計入畢業學分。
- 「中級華語 I」及「中級華語 II」。學生入學時，華語已具有中高級程度。若華語程度需精進，可安排學生至華語中心選修高階華語課程。
- 「使用者經驗專題研究」及「都市及區域規劃專題」兩門課由更適合本學程之科目取代。

(5) 開課年級調整：

- 「研究方法」開課年級由一下調整為一上。
- 「產業經營專題討論」開課年級由一上調整為一下。
- 「產業實習」開課年級由二下調整為二上。

3. 檢附本學程課程架構對照表(附件 1)及新增科目之教學大綱共十份(附件 2 至 11)。

決 議：

- (1)林修葳教授建議：「會計學」及「財務管理」，下修大學部課程，建議依學校規定是否可列入畢業學分。未來可依產業界代表建議，是否需要增加技能性課程。
- (2)林致孚執行長建議：學生應學習如何與臺灣文化進行磨合，並且能夠具體呈現自己的想法，建議在課程設計上可以與業界建立產學合作關係。
- (3)徐恒鈞副總經理建議：可以依東南亞國家文化，增加宗教及國貿等相關課程內容；目前在產業界行銷是重要課題，建議未來可考慮增加數位行銷相關課程。
- (4)陳蕙芬老師建議：服務業為未來發展趨勢，建議參照學生目前就業產業取向，將來課程可多增加服務業相關課程。
- (5)江政達老師建議：從學生知識系統性累積角度考量，建議「商業模式理論與實務專題」由一上調整至一下。
- (6)綜合以上委員建議，學程開課設計將鼓勵授課教師強化產學合作（如引進業師講座、業界提案融入學生分析報告與作業等）；「國際企業管理」科目內已增加國際貿易基礎概念與國際交易程序及進出口業務等主題；「東南亞研究」科目中已涵蓋東南亞國家之文化、宗教、法律及經濟等討論主題；數位行銷雖目前尚未開設，但在「東南亞區域行銷」科目中，已設計數位行銷主題。目前學程學生的就業以製造業台商企業為主，未來可考慮增設服務業相關課程，現階段與服務相關討論主題則分散在不同科目中可探討，如必修的「產業經營專題討論」與「企業經營理論與實務專題」中已引入許多服務管理主題課程設計。
- (7)總結，「商業模式理論與實務專題」由一上改至一下，其餘課程照案通過。

參、臨時動議

肆、散會

會議簽到表

會議名稱:108 學年度第 1 次東南亞區域管理碩士學位學程課程委員會

地點: 行政大樓 A504a

日期: 109 年 4 月 8 日(三)12:30-13:20

出席簽到表

編號	姓名	簽到
1	國立臺灣大學國際企業學系 林修葳 教授	林修葳
2	丹堤咖啡食品股份有限公司 徐恒鈞 副總經理	徐恒鈞
3	Startboard 林致孚 執行長	林致孚
4	教學育學系 吳麗君 老師	吳麗君
5	教育學系 陳蕙芬 老師	陳蕙芬
6	文化創意產業經營學系 王維元 老師	王維元
7	文化創意產業經營學系 江政達 老師	江政達
8	教育經營與管理學系 曾錦達 老師	請假
9	教育經營與管理學系 陳秋蓉 老師	請假
10	教育經營與管理學系 盧俊成 老師	盧俊成
11	東南亞區域管理碩士學位學程 魏郁禎 老師	魏郁禎
12	東南亞區域管理碩士學位學程 郭壽旺 老師	郭壽旺

13	東南亞區域管理碩士學位學程碩一 黎明清 同學	黎明清
14	東南亞區域管理碩士學位學程碩二 武氏林 同學	武氏林
15	東南亞區域管理碩士學位學程 許慈雯 小姐	許慈雯

【附件 2】

東南亞區域管理碩士學位學程 109學年度課程結構與教學科目表

科目中文名稱	科目英文名稱	修別	學分	時數	開課年級	修改後課程中文名稱	修改後課程英文名稱	修改後開課年級	106-108開課次數	備註
一、基礎課程(必修8學分)										
研究方法	Research Methodology	必	2	2	一下			一上	3	一上研究方法一下多變量分析能使學生有充裕時間掌握研究工具
產業經營專題討論	Seminar on Industries Management	必	2	2	一上			一下	3	
產業個案研究	Industries Case Studies	選	2	2	二上				3	改為選修
獨立研究	Independent Study	選	2	2	二下				1	改為選修
二、專業課程(必修2學分)										
企業經營理論與實務專題	Management Theory and Practice	必	2	2	一上				3	
行銷理論與企劃實務專題	Marketing Theory and Practice	選	2	2	一上				3	
人力資源理論與實務專題	Human Resource Management and Practice	選	2	2	一上				3	
策略管理理論與實務專題	Strategy Management Theory and Practice	選	2	2	二下				2	
使用者經驗專題研究	User Experience Case Study	選	2	2	二下	消費者行為研究	Consumer Behavior Study	二上	1	原課程刪除
電子商務理論與實務專題	e-Business Theory and Practice	選	2	2	一下				3	
財務管理理論與實務專題	Finance Management and Practice	選	2	2	一下				2	
創新與創業管理專題	Entrepreneurship and Innovation Management	選	2	2	二上				3	
產業調查專題研究	Industry Survey Study	選	2	2	二上				1	
都市及區域規劃專題	Seminar on Urban and Regional Planning	選	2	2	二下	東南亞區域行銷	Marketing in Southeast Asia	二下	0	原課程刪除
創新、產業與區域發展專題	Seminar on Innovation, Industry and Regional Development	選	2	2	二下				1	
產業經濟學	Industrial Economics	選	2	2	一下				2	
會計學	Accounting	選	2	2	一下			刪除	0	指導教授依學生情況，建議下修大學課程，但不計入畢業學分
財務管理	Financial Management	選	2	2	二上			刪除	0	指導教授依學生情況，建議下修大學課程，但不計入畢業學分
科技管理專題	Research on Technology Management	選	2	2	二上				0	預計109學年度將開課
生產作業管理專題	Production and Operations Management and Practice	選	2	2	二上				0	因本學程培育學生有管理廠房之就業市場需求，建議保留

科目中文名稱	科目英文名稱	修別	學分	時數	開課年級	修改後課程中文名稱	修改後課程英文名稱	修改後開課年級	106-108開課次數	備註
三、華語文課程(必修2學分)										
華人社會與文化	Study of Chinese Society and Culture	必	2	2	一上				2	移至基礎課程；刪除第三類
中級華語I	Intermediate Chinese I	選	2	2	一上			刪除	1	學生入學時，華語已有中高級程度。若華語程度較差，建議直接至華語中心上密集班。
中級華語II	Intermediate Chinese II	選	2	2	二上			刪除	0	學生入學時，華語已有中高級程度。若華語程度較差，建議直接至華語中心上密集班。
四、產業實習										
產業實習	Internship	必	4	4	二下			二上	3	學生實習實際在暑假執行，實習完進行報告與檢討應為二上，且方可配合本校實習獎勵
五、專業實務技術報告	Professional Technical Report	必	0	0	二下					
跨學程、系所、院校修課	Cross-program	選	2	2	至多2學分，且選課前經學程主任同意方可計入畢業學分。					
新增課程										
跨文化溝通與管理	Cross Cultural Communications and Management	選	2	2				一下		專業課程
東南亞研究	Southeast Asia Studies	必	2	2				二上		基礎課程
國際企業管理	International Business Management	選	2	2				一上		專業課程
專案管理	Project Management	選	2	2				一下		專業課程
區域競爭力與國家競爭優勢	Regional Competitiveness and National Competitive Advantage	選	2	2				二上		專業課程
多變量分析	Multivariate Analysis	選	2	2				一下		專業課程
消費者行為研究	Consumer Behavior Study	選	2	2				二上		專業課程
東南亞區域行銷	Marketing in Southeast Asia	選	2	2				二下		專業課程
商業模式理論與實務專題	Seminar on Theories and Applications of Business	選	2	2				一下		專業課程
領導統御理論與實務專題	Seminar on Theories and Applications of Leadership	選	2	2				一下		專業課程

【附件 3】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	跨文化溝通與管理		
科目名稱 (英文)	Cross Cultural Communications and Management		
授課教師	郭壽旺	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士學位學程	科 目 代 碼	新增
核心能力	敬請勾選所開課程可培養下列何項核心能力：(可複選) ☐ 1. 具備文學、藝術、美感知能與創造力。 ☐ 2. 具備藝術鑑賞與覺知生活美感之能力。 ☒ 3. 具備專門知識與自我內涵提升能力。 ☒ 4. 具備探索跨領域學科能力與終身學習之能力。 ☒ 5. 具備國際接軌之語文能力與全球化觀點。 ☒ 6. 具備探索國際脈動與瞭解國際事務之能力。 ☒ 7. 明瞭自我角色並能彼此信任激發團隊之能力。 ☒ 8. 具備正向團隊合作與競爭之能力。 ☒ 9. 具備邏輯思考、理性分析與解決問題之能力。 ☒ 10. 具備事先規劃與創新轉化之能力。 ☒ 11. 具備認真、善盡本分、勇於負責與自我約束之能力。 ☒ 12. 具備法律道德規範與社會實踐之能力。		
課程理念	1. 提升學生國際視野與培養學習跨文化溝通之動力。 2. 深入理解「個人文化身分認同」(cultural identity)以培養學生適應多元文化社會。 3. 透過文化溝通的差異與挑戰，培養跨文化溝通能力。 4. 認識不同國度文化與情境(context)中之行為表現，培養跨文化溝通的應用能力。		
教學目標	跨文化溝通與管理牽涉到一個人與跨文化成員之間互動的知識、動機、與技巧是否達到「有效」(effectively)且「適切」(appropriately)的標準。跨文化溝通互動雙方必須在不同的文化情境下不斷地調整其語言與非語言能力，以達到有效之溝通目的。本課程預計達成以下教學目標： 1. 培養學生長期學習跨文化溝通的動機。 2. 提升學生對多元文化的感受力與包容力。 3. 提升學生對文化衝突的適應力。		

課程大綱 (每週上課內容)	第一週：課程介紹，認識跨文化 提供學生跨文化一詞的正確認識與案例比較分析。 第二週：文化與溝通 解釋文化與溝通之特性與重要性，並以案例說明。 第三週：世界文化價值取向 了解世界不同文化之相同與相異之處，並尋求各個文化的價值，學習尊重文化的不同。 第四週：企業（機構）跨文化個案介紹（一） 選擇幾個成功與失敗之跨文化企業（機構）做案例分析（國際個案）。 第五週：企業（機構）跨文化個案介紹（二） 選擇幾個成功與失敗之跨文化企業（機構）做案例分析（台灣個案）。 第六週：跨文化小組報告（一） 分組選定個案並提告個案之可研究性，做為期末個案報告之準備。 第七週：跨文化小組報告（二） 分組選定個案並提告個案之可研究性，做為期末個案報告之準備。 第八週：語言、宗教與文化 以個案講解認識語言、宗教對文化的影響。 第九週：文化維度理論（culture dimensions） 霍夫斯泰德(Hofstede) 六個文化維度理論介紹，並以實例解釋分析。 第十週：跨文化專題演講（一）：邀請專家學者演講 第十一週：模擬文化維度理論演練（一） 學生選擇一項文化維度並以實例個案分析 第十二週：模擬文化維度理論演練（二） 學生選擇一項文化維度並以實例個案分析 第十三週：第一次企業（機構）跨文化管理個案報告（一）：學生選擇個案並做第一次提案報告，評估可研究性。 第十四週：第一次企業（機構）跨文化管理個案報告（二）：學生選擇個案並做第一次提案報告，評估可研究性。 第十五週：跨文化專題演講（二）：邀請專家學者演講 第十六週：期末跨文化管理個案報告（一） 第十七週：期末跨文化管理個案報告（二） 第十八週：期末總結：回饋與討論
實 施 方 法	1. 教師授課：由授課教師講解 2. 小組個案報告：學生分組選擇主題分組報告 3. 期末個案討論：學生分組進行跨文化管理個案報告 4. 課堂討論：於每一小結做課堂討論，學期末做總結討論 5. 專題演講：邀請專家學者專題演講

成績評量方式 (請註明各項評分比例)	課堂討論 20% 小組報告 30% 個案報告 30% 書面心得報告 20%
教科書或 參考書目	1. 陳曉萍 (2010)。跨文化管理。台北市：華泰文化。 2. Luthans, Fred (2016)。跨文化溝通與管理 (第九版)。上海：人民郵電出版社。 3. Harrison, L. E. & Huntington, S. P. (2000). <i>Culture Matters</i> . New York: Basic Books. 4. Lewis, R. D. (2008). <i>Cross-Cultural Communications</i> (2nd ed.). New York: Transcreen Publications. 5. Keyton, J. (2010). <i>Communication and Organizational Culture</i> (2nd ed.). London: Sage Publications. 6. Dumetz, J., Trompenaars, F., Woolliams, P., Saginova, O., Covey, S., Foster, D., ...Schein, E. (2012). <i>Cross-Cultural Management Textbook: Lessons from the World Leading Experts in Cross-Cultural Management</i> . London: CreateSpace Independent Publishing Platform. 7. Cambié, S. & Ooi, Y. M. (2009). <i>International Communications Strategy: Developments in Cross-Cultural Communications, PR and Social Media</i> . New York: Kogan Page. 8. Velo, V. (2011). <i>Cross-Cultural Management</i> . New York: Business Expert Press. 9. 其他補充資料與書目將於每周課堂公布。
備註	專題演講和課程進度將依實際授課情況和講者時間做調整，內容與時間調整將會於課前在課堂或群組公告。

註：表格得依所需調整長度。

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	東南亞研究		
科目名稱 (英文)	Southeast Asia Studies		
授課教師	郭壽旺	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士 學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	敬請勾選所開課程可培養下列何項核心能力：(可複選) ☐ 1. 具備文學、藝術、美感知能與創造力。 ☐ 2. 具備藝術鑑賞與覺知生活美感之能力。 ☒ 3. 具備專門知識與自我內涵提升能力。 ☒ 4. 具備探索跨領域學科能力與終身學習之能力。 ☒ 5. 具備國際接軌之語文能力與全球化觀點。 ☒ 6. 具備探索國際脈動與瞭解國際事務之能力。 ☒ 7. 明瞭自我角色並能彼此信任激發團隊之能力。 ☒ 8. 具備正向團隊合作與競爭之能力。 ☒ 9. 具備邏輯思考、理性分析與解決問題之能力。 ☒ 10. 具備事先規劃與創新轉化之能力。 ☒ 11. 具備認真、善盡本分、勇於負責與自我約束之能力。 ☒ 12. 具備法律道德規範與社會實踐之能力。		
課程理念	東南亞在歷史、地理、文化上與台灣關係密切，在政治與經濟上亦與台灣的發展息息相關，由於台灣多年來之外交政策、國家發展或經濟發展策略，鮮少以東南亞國家為重點合作夥伴關係，致使在基礎或是高等教育上具有深入之東南亞國家之研究，直至近十多年開始，台灣開始注視東南亞國家並積極推動與東南亞國家各項和合作關係。東南亞區域管理學程成立宗旨即為提供台灣社會專業之東南亞管理人才，並致力於打造本學程未來成為東南亞人才與資訊之智庫，做為東南亞各國與台灣之橋樑，做為人才與就業資訊之提供機構。為此，為提供學生正確、全面、客觀、專業之東南亞人才，開設「東南亞研究」一課，建立學生在未來修習相關專業領域之前，都可奠基厚實之東南亞國情之專業，落實學程培育學生成為全方位之東南亞專業管理人才之目標。		
教學目標	本課程將深入探討東南亞各國的政經發展，與其在各在區域上發展的角色，並研究東南亞國家協會（簡稱東協）之重要性和未來發展。內容包含：1、東南亞研究文獻探討；2、東南亞各國的政經發展經驗和未來發展趨勢；3、台灣與東南亞國家的雙邊關係和發展。課程將針對泰國、馬來西亞、印尼、新加坡、菲律賓、越南、柬埔寨、寮國、緬甸、汶萊和東帝汶等十一個國家，以分區域的方式深入探討各國政治、經濟和社會、文化之整體發展，並企圖從東南亞各國和東協之政經發展的狀況與		

	趨勢中，探究台灣與東協和東南亞各國的未來發展契機。教學目標包括： 1. 認識東南亞國家的歷史、政治、經濟、社會和文化以及區域組織東協。 2. 啟發學生思考東南亞就業或創業之生涯機會與選擇。 3. 掌握學生自己未來於區域發展中之正確定位。 4. 提升學生的多元文化包容力與跨國管理能力。 5. 讓學生能分析比較東協與其他區域組織之發展趨勢。
課程大綱 (每週上課內容)	第一週 課程介紹：為什麼學習東南亞研究？ 第二週 東南亞與東協的差別：求異存同的作法與難處 第三週 研究東南亞的方法：從歷史、文化、宗教、地理、民族與政治經濟著手。 第四週 東南亞國家的起源：東南亞各國的原型，土著國家的榮衰 第五週 歐洲殖民時期（16-19 世紀）：殖民地化的原因、殖民地對東南亞政治、經濟和社會的影響 第六週 日本佔領時期(1941-1945)：佔領前日本與東南亞的關係，日本在東南亞的佔領統治與影響 第七週 東南亞的獨立與混亂：東南亞現代國家的誕生（1945-1964），國民統合與分離 第八週 發展主義國家與民主化（1960 後期-1990 年代）：發展主義國家的誕生與滅亡，東南亞的民主化運動與影響 第九週 全球化下之經濟發展：(1960 後期-2000 年代)：農業國家至工業國家，全球區域經濟發展對東南亞的影響 第十週 小組國情報告（一） 第十一週 小組國情報告（二） 第十二週 區域組織東南亞國協（東協）：東協的成形與特色，東協的發展契機與未來（一） 第十三週 區域組織東南亞國協（東協）：東協的成形與特色，東協的發展契機與未來（二） 第十四週 東協與全球 第十五週 東協與中國 第十六週 東協與台灣 第十六週 個案報告（一） 第十七週 個案報告（二） 第十八週 期末總結：回饋與討論
實 施 方 法	1 教師授課：由授課教師講解 2 小組報告：學生分組選擇一個國家做分組報告 3 期末個案討論：學生依選定研究國家繼續做深入之專題個案報告 4 課堂討論：於每一小結做課堂討論，學期末做總結討論
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	課堂討論 30% 小組期中報告 20% 小組期末報告 30% 書面心得報告 20%

教科書或 參考書目	宋鎮照（1996）。東協國家政經發展。台北：五南圖書出版。 宋鎮照（2019）。東南亞崛起中。台北：五南圖書。 李盈慧（2008）。東南亞概論。台北：洪葉文化。 邱炫元（2013）。台灣東南亞研究新論。台北：洪葉文化。 吳鯤魯（2019）。東南亞的新貌。台北：洪葉文化。 溫澤勒（2018）。今日的東南亞族裔群體。台北：行政院原住民委員會。 張錫鎮（1999）。東南亞政府與政治。台北：揚智出版。 石澤良昭（2018）。亦近亦遠的東南亞。台北：八旗文化。 岩崎育夫（2018）。從東南亞到東協。台北：商周出版。 Ciorciari, John David (2009). “The Balance of Great-Power Influence in Contemporary Southeast Asia,” International Relations of the Asia-Pacific, vol.9, pp.157-196.
備 註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 5】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	國際企業管理		
科目名稱 (英文)	International Business Management		
授課教師	張朝清 (109 學年度新聘專任教師)	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	1. 瞭解國際企業主要學理與管理原則之內涵 2. 瞭解國際企業之經營策略與管理行為之原則 3. 瞭解全球化、區域化與國際企業環境之現況與趨勢		
課程理念	本課程強調國際企業的策略規劃、組織管理與營運作業的整合，介紹跨國營運與管理方式之規劃、評估、制定、執行，以及重要商業功能面的管理活動。 本課程係針對東南亞區域管理碩士學位學程所需之企業國際化經營管理知識與技能進行設計，透過東南亞國際企業案例與問題之研討，促使學生了企業經營在東南亞區域可能遇到的管理問題與挑戰，並使學生預先規劃並掌握未來職場就業機會。		
教學目標	本課程透過國際企業理論及個案研討，促進學員對於跨國企業運作的瞭解，並熟悉全球化、全球政治與文化環境對於海外直接投資、國際企業策略、國際企業組織、海外市場進入策略、全球生產與外包、全球行銷、及全球人力資源管理等層面與議題之影響與管理重點。 本課程著重之教學目標，涵蓋以下面向： 1. 國際企業經營環境 2. 地主國與母國之差異與其管理策略 3. 海外市場進入模式之選擇 4. 地主國子公司管理機制		
大綱 (每週上課內容)	第 1 週 國際企業導論 第 2 週 國際企業之核心理論 第 3 週 國際經濟環境 第 4 週 國家文化環境 第 5 週 國家政治與法律環境 第 6 週 地主國政府之外資與外貿政策 第 7 週 國際金融環境 第 8 週 國際市場進入策略 第 9 週 多國公司之組織結構與控制 第 10 週 多國公司之母子公司關係 第 11 週 全球供應鏈與作業管理 第 12 週 國際行銷管理		

	第 13 週 國際人力資源管理 第 14 週 國際財務管理 第 15 週 國際貿易基本概念 第 16 週 國際交易程序與進出口業務 第 17 週 國際企業管理之未來發展 第 18 週 課程回顧與展望
實 施 方 法	一、老師講授：由老師講解國際企業管理主要知識 二、個案討論：運用個案教材進行討論 三、議題分析：由學生針對國際企業經營管理議題進行解析 四、學生報告：學生於期末針對國際企業案例進行簡報
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	一、期中考 25% 二、期末考 25% 三、國際企業經營管理議題議題分析與討論 25% 四、國際企業個案期末報告 25%
教科書或 參考書目	1. 于卓民著，2014，國際企業管理：環境與管理，台北市：華泰文化事業公司出版。 2. Bartlett, C. A. and Beamish, P. W. 2014. Transnational Management. Burr Ridge, IL: McGraw-Hill/Irwin. 3. Cavusgil, S. T., Knight, G. and Riesenberger, J. 2017. International Business: The New Realities. NY: Pearson Education. 4. Cullen, J. B. and Parboteeah, P. 2014. Multinational Management: A Strategic Approach. 6th Eds., OH: Cengage learning.
備 註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 6】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	專案管理		
科目名稱 (英文)	Project Management		
授課教師	張朝清 (109 學年度新聘專任教師)	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士 學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	本課程的目標在於培養學生從事專案管理能力，以因應未來職場管理專案時所要求之「如質、如期、如預算」所需之目標。 一、瞭解專案管理基本學理與核心課題 二、瞭解專案管理之工具與技巧 三、瞭解專案管理在跨國營運作業之應用		
課程理念	此課程計畫介紹專案管理相關知識，涵蓋品質與預算管理、時程規劃與控制、流程與程序管理、專案投資與風險、專案組織與團隊資源規劃與控制、專案績效評估、多專案與跨國專案管理等。		
教學目標	本課程之目標在於介紹專案管理的基本概念以及專案管理和企業經營的關係、除一般性的專案管理知識外也將介紹專案管理工具與軟體之應用，以達到管理原則與實際運用之整合。 本課程希望讓學生學習專案管理的核心知識、應用工具和主要方法後，實際體認到專案管理的運作及應用的效益，進而有能力進行專案實作的管理與研究。		
課程大綱 (每週上課內容)	第 1 週 專案管理導論 第 2 週 組織策略與專案選擇 第 3 週 專案組織：結構與文化 第 4 週 定義專案：專案生命週期、範疇與時程 第 5 週 專案投資分析：估算專案時間與成本 第 6 週 發展專案計畫與專案管理軟體應用 第 7 週 管理專案風險 第 8 週 資源與成本排程 第 9 週 縮減專案工期 第 10 週 專案管理軟體實作 第 11 週 管理專案團隊、領導與專案經理角色 第 12 週 委外合作：管理組織間的關係 第 13 週 進度與績效的衡量和評估 第 14 週 專案監督與控制 第 15 週 國際型專案：跨國專案的協調與溝通 第 16 週 專案結束：結案程序 第 17 週 專案管理新議題：敏捷專案管理 第 18 週 專案管理職涯：專案管理認證		

實施方法	一、老師講授：由老師講授專案管理主要知識 二、個案討論：運用個案教材進行討論 三、工具應用：由學生以專案管理工具與軟體進行專案實作 四、學生報告：學生於期末針對選定之專案進行專案管理簡報
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	1. 期中考 25% 2. 期末考 25% 3. 專案管理實作 25% 4. 專案管理期末報告 25%
教科書或參考書目	1. 國際專案管理知識體系 (A Guide to the Project Management Body of Knowledge, PMBOK)。PMI 國際專案管理學會、台灣專案管理學會編著。 2. Cindy Lewis, Carl Chatfield, Timothy Johnson. 2019. Microsoft Project 2019 Step by Step. Microsoft patterns. 3. Erik W. Larson and Clifford F. Gray. 2018. Project Management: The Managerial Process. 7th Eds. McGraw Hill Education.
備註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 7】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	區域競爭力與國家競爭優勢		
科目名稱 (英文)	Regional Competitiveness and National Comparative Advantage		
授課教師	張朝清 (109 學年度新聘專任教師)	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士學位學程	科目代碼	新增
核心能力	本課程的目標在於促使學生了解區域經營環境與國家競爭力之變化對於國際企業經營之影響及其管理重點。欲培養學生以下能力： 1. 瞭解區域競爭力之核心理論與分析模型。 2. 瞭解國家競爭優勢之主要學理與應用。 3. 透過案例分析瞭解區域競爭力與國家競爭優勢對國際企業經營之影響。		
課程理念	本課程將探討影響地理區域中經濟發展及其產業競爭力的影響因素，從人口、社會與經濟、天然資源與能源、交通運輸等宏觀條件，延伸至製造業、服務業、農業、消費市場，以及城市與都會型經濟發展之環境與條件，進一步探討區域之間的國際貿易與投資對區域經濟體的形成，及其對國際企業經營的限制與機會。		
教學目標	本課程將透過介紹哈佛大學策略與競爭力中心所發展的 Microeconomics of Competitiveness (MOC): Firms, Cluster, and Economic Development 研究計畫並研討各國具代表性的產業案例帶領學生完成以下目標： 1. 學習個體經濟競爭力分析法。 2. 了解影響國家產業競爭優勢的鑽石模型。 3. 認識產業群聚(industrial cluster)的角色、區位優勢(Location Specific Advantage)等重要分析觀念。 4. 熟悉東南亞區域之競爭性差異與優劣勢。		
課程大綱 (每週上課內容)	第1週 區域競爭力與國家競爭優勢課程導論 第2週 競爭力及其決定因素：廠商、產業群聚與經濟發展 第3週 「鑽石模型」與國家競爭優勢 第4週 經濟地理(Economic Geography)：理論考量(Theoretical Considerations) 第5週 產業群聚與競爭：企業、政府和機構 (Clusters and the new economics of competition) 第6週 區位與群聚(Location and Cluster)：產業群聚與創業(entrepreneurial) 第7週 區域中的人口因素(Population) 第8週 區域中的天然資源、能源與環境(Resources and Environment) 第9週 基礎建設、運輸與傳播通訊(Infrastructure, Transportation and Communications) 第10週 區域型消費市場(Regional Consumption) 第11週 區域型農業(Regional Agriculture) 第12週 區域型製造業(Regional Manufacturing)		

	第13週 區域型服務業(Regional Services) 第14週 城市與都會型經濟(Cities and Urban Economies) 第15週 產業群聚的國際化(Internationalization of Clusters)：跨地點的競爭—透過全球化策略增強競爭優勢 第16週 區域之間的國際貿易與投資(International Trade and Investment) 第17週 區域經濟發展與升級(Development and Underdevelopment in the Developing World) 第18週 課程總結：回顧與展望
實施方法	一、老師講授：由老師講授區域競爭力、國家競爭優勢之學理 二、個案討論：運用個案教材進行討論 三、區域競爭力報告：由學生分組後自選一區域進行區域競爭力分析簡報 四、國家競爭優勢報告：由學生分組後於期末針對選定之國家進行國家競爭優勢對企業跨國跨區域經營之影響的簡報
成績評量方式 (請註明各項 評分比例)	期中考 25% 期末考 25% 區域競爭力分組報告 25% 國家競爭優勢分組報告 25%
教科書或 參考書目	1. 理查維特，2007，國家競爭力－全球經濟中的國家策略、結構以及政府，聯經出版。 2. Stutz, F. P. and Warf, B. 2014. <i>The World Economy: Geography, Business and Development</i> . 6 th Eds. Pearson Education. 3. Porter, M. E. 2008. <i>On Competition</i> . Harvard Business Press. 4. Institute for Strategy and Competitiveness. 2020. <i>Microeconomics of Competitiveness Course at Harvard</i> . Harvard Business School. https://www.isc.hbs.edu/resources/courses/moc-course-at-harvard/Pages/default.aspx 5. Todaro, M. and Stephen, C. S. 2015. <i>Economic Development</i> . Pearson Education. 6. Stutz, F. P. and Warf, B. 2007. <i>The World Economy: Resources, Location, Trade, and Development</i> . 5 th Eds. Pearson Education. 7. Clark, G. L., Feldman, M. P., and Gertler, M. S. 2003. <i>The Oxford Handbook of Economic Geography</i> . Oxford University Press.
備註	

【附件 8】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	多變量分析		
科目名稱 (英文)	Multivariate Analysis		
授課教師	王維元、江政達（學程支援教師）	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士 學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	1. 問卷設計與分析能力 2. 市場調查分析能力 3. 理論建構能力		
課程理念	1. 透過對研究生執行行銷研究與論文研究相關重要的量化工具逐一介紹，包括：主成分分析、因素分析、區別分析、迴歸分析、典型相關分析、集群分析、多變量變異數分析、線性結構模式分析等。 2. 藉由各種多變量的分析方法分別進行使用目的的說明及 SPSS 軟體的操作演練，藉以提昇碩士研究生對各種統計分析工具的應用能力。		
教學目標	1. 促進同學們掌握數量分析技巧於決策實務。 2. 促進學生了解多變量分析的方法與學理。 3. 讓同學們能具備統計套裝軟體操作與分析技能。 4. 協助同學們利用多變量分析法於資料分析及論文寫作。		
大綱 (每週上課內容)	1. 多變量分析簡介 2. 平均數的假設檢定 3. 因素分析 4. 信效度分析 5. 實作演練與報告(一) 6. 集群分析 7. 典型相關分析 8. 區別分析 9. 皮爾生相關檢定 10. 變異數分析 11. 多元尺度法 12. 實作演練與報告(二) 13. 多元迴歸分析 14. 邏輯斯迴歸分析 15. 主成分分析 16. 線性結構模式分析 17. 實作演練與報告(三) 18. 研究專題實務分析報告		

實 施 方 法	一、老師講授：由老師講解多變量主要理論概念。 二、實作演練與報告：學生運用教材或調查資料進行分析討論。 三、研究專題實務分析：由學生針對行銷研究或理論建構議題進行調查分析。
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	一、課堂參與 30% 二、實作演練與報告 30% 三、研究專題實務分析 40%
教科書或 參考書目	1. Hair, J. F., Anderson, R. E., Tatham, R. L., Black, W. C., 2010, Multivariate data analysis, Prentice-Hall, 7th edition. 2. 呂金河, 2006, 應用多變量分析, 滄海書局。 3. 林震岩, 2005, 多變量分析 SPSS 的操作與應用, 智勝文化。 4. 周文賢, 2003, 多變量分析, 智勝文化。 5. 陳寬裕、王正華, 2010, 論文統計分析實務: SPSS 與 AMOS 的運用, 五南圖書。
備 註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 9】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	消費者行為研究		
科目名稱 (英文)	Consumer Behavior Studies		
授課教師	江政達 (學程支援教師)	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士 學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	1. 行銷策略規劃理論與實務 2. 市場調查與顧客需求分析 3. 人際互動與團隊合作技能 4. 問題解決與決策分析技能		
課程理念	消費者行為學在於探討消費者的需求，並提供最能滿足消費者需求的產品或服務，採取由內而外的做法，由消費者的動機、認知、學習、涉入、態度、溝通和自我觀念等方面著手；由個人決策過程配合群體決策影響，再輔以社會文化學觀念探討消費者行為。		
教學目標	本課程透過消費者行為理論教學討論及個案分析研討，促進同學對於消費者行為內涵的瞭解，並熟悉行銷策略規劃、市場調查分析、消費者購買行為、行銷方案研擬等層面與議題之影響與決策重點。		
大綱 (每週上課內容)	第一週：消費者行為導論 第二週：消費者行為與行銷策略 第三週：消費者購買決策 第四週：消費者動機、涉入與價值觀 第五週：個案討論(一) 第六週：消費者知覺 第七週：消費者學習與記憶 第八週：消費者態度 第九週：消費者情緒 第十週：個案討論(二) 第十一週：消費者人格、自我概念與生活型態 第十二週：購買情境 第十三週：文化與次文化 第十四週：參考團體與意見領袖 第十五週：社會階層 第十六週：個案討論(三) 第十七週：期末報告(一) 第十八週：期末報告(二)		

實 施 方 法	一、老師講評：由老師對於討論議題進行綜整與講解 二、個案討論：運用個案教材進行小組討論與實務模擬 三、議題報告：由學生針對消費者行為議題進行導讀與分享 四、期末報告：學生針對消費者行為議題進行規畫調查與簡報
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	一、課堂參與 25% 二、個案討論 25% 三、議題報告 25% 四、期末報告 25%
教科書或 參考書目	1. 廖淑伶 (2007)。《消費者行為：理論與應用》。台北：前程文化。 2. Blackwell, Rogers D., Miniard, Paul W., & Engel, James F. 著/白滌清編譯 (2007)。《消費者行為 (Consumer Behavior, 10th ed.)》。台北：華泰文化。 3. 林建煌 (2007)。《消費者行為概論》。台北：華泰文化事業有限公司。 4. 樓永堅、蔡東峻、潘志偉、別蓮蒂編著 (2004)。《消費者行為》。台北：國立空中大學。 5. 別蓮蒂主筆、E-ICP 研究中心策劃 (2000)。《生活型態白皮書：2000 年台灣消費習慣調查報告》。台北：商周出版。 6. 別蓮蒂主筆、E-ICP 研究中心策劃 (2005)。《台灣消費者生活型態白皮書：東方消費者行銷資料庫 E-ICP2005 年版》。台北：東方線上股份有限公司。 7. 哈佛管理評論個案。 8. 光華管理基金會管理個案資料庫。
備 註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 10】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	東南亞區域行銷		
科目名稱 (英文)	Marketing in Southeast Asia		
授課教師	學程支援教師	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士 學位學程	科目代碼	新增
核心能力	本課程的目標在於促使學生了解東南亞區域在地行銷活動及其管理重點。 一、瞭解區域行銷之核心理論與分析模型 二、瞭解地方行銷之主要學理與應用 三、瞭解東南亞各國之國家行銷活動		
課程理念	本課程將從東南亞區域市場崛起的近況，從區域市場的角度，逐一分析當前東南亞各國在地廠商之市場經營活動、東南亞區域內之領導廠商在地商業模式、外商進入東南亞區域之進入策略與行銷管理活動等，促進學生對於日後從事區域經營管理與國際行銷活動提供進階之管理知識與技能。		
教學目標	本課程之目標在於介紹區域行銷、地方行銷、國家行銷等在地行銷之觀念。擬藉由了解目前經營東南亞市場之廠商行銷活動達成以下目標： 一、學習區域行銷之核心觀念 二、了解企業全球化之下的在地化行銷策略 三、了解行銷策略的文化差異性 四、認識東南亞區域現有廠商之在地行銷活動 五、熟悉東南亞區域現行之企業行銷組合		
課程大綱 (每週上課內容)	第19週 東南亞區域行銷 導論 第20週 東南亞市場興起對企業全球化的影響 第21週 當區域化市場日益成長 第22週 數位化對東南亞市場的影響 第23週 從數位落差中找到數位商機市場 第24週 區域型生產基地 第25週 區域型消費市場 第26週 東南亞消費族群的特徵 第27週 東南亞的未來市場 第28週 東南亞市場的本土天王 第29週 遊走東南亞各國的區域型冠軍企業 第30週 深耕東南亞的跨國企業 第31週 東南亞通路型態 第32週 東南亞產品特色 第33週 東南亞商品訂價 第34週 東南亞促銷方式與數位行銷模式 第35週 東南亞電子商務市場與跨境電商		

	第36週 東南亞區域之前瞻與展望
實施方法	一、老師講授：由老師講授區域競爭力、國家競爭優勢之學理 二、個案討論：運用個案教材進行討論 三、區域行銷分組報告：由學生分組後自選一當前東南亞各國在地廠商之市場經營、或區域市場擴張策略之簡報 四、地方行銷分組報告：由學生分組後於期末針對選定之東南亞區域之本地領導廠商、或進入東南亞區域之外商家之在地經營商業模式之簡報 五、國家行銷分組報告：由學生分組後於期末針對選定之國家進行該國政府機構所從事的國家行銷之簡報
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	區域行銷分組報告 25% 地方行銷分組報告 25% 國家行銷分組報告 25% 期末考 25%
教科書或參考書目	1. Philip Kotler、Hermawan Kartajaya、Hooi Den Huan。(2016)。新東協・新思路：啟動未來經濟引擎的關鍵 (Think New ASEAN!)。林麗冠、任立中、曾光華譯。美商麥格羅希爾出版社 2. Kotler, P., Haider, D. H., and Rein, I. 2002. <i>Marketing Places: Attracting Investment, Industry, and Tourism to Cities, States, and Nations</i>. The Free Press. 3. Kotler, P., Jatusripitak, S. and Maesincee, S. 1997. <i>The Marketing of Nations: A Strategic Approach to Building National Wealth</i>. The Free Press. 4. Philip Kotler、Hermawan Kartajaya、Hooi Den Huan. (2007)。科特勒帶你發現新亞洲：九大策略，行銷到東協 (Think ASEAN!)。溫瑞芯譯。聯經出版公司
備註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 11】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	商業模式理論與實務專題		
科目名稱 (英文)	Seminar on Theories and Applications of Business Model		
授課教師	江政達 (學程支援教師)	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士 學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	1. 瞭解商業模式內涵與元素，以及系統化的分析工具。 2. 養成商業與管理問題分析、洞察與解決的基礎能力。 3. 掌握策略、商業模式與組織設計的整體規劃能力。 4. 培養跨領域專業團隊的協作能力。		
課程理念	本課程的理論學習部分，在於了解商業模式建構的工具與方法，以及影響商業模式的決策因素，以及提升商業模式效率與效能的作為。在實作部分，主要是建立在「設計創新」的方法論上，在以使用者經驗為核心的設計思考下連結、整合並融入商業管理思維，以發展可有效轉化意義、傳遞價值的市場化商業模式。		
教學目標	本課程透過理論教學及個案分析研討，促進同學對於商業模式的決策範疇的瞭解，並熟悉市場調查分析、商業模式設計與施行、行銷方案研擬等層面與議題之影響與決策重點。		
大綱 (每週上課內容)	第一週：商業模式導論 第二週：企業策略規劃與商業模式類型 第三週：商業模式決策範疇與分析工具 第四週：商業模式理論案例研究(一) 第五週：商業模式個案討論分析(一) 第六週：市場機會探索與分析 第七週：界定消費族群與產品定位 第八週：內外部環境分析 第九週：顧客關係與通路分析 第十週：獲利模式分析 第十一週：生態系建構 第十二週：商業模式測試與確認 第十三週：商業模式理論案例研究(二) 第十四週：商業模式個案討論分析(二) 第十五週：商業模式之關鍵成功因素探討 第十六週：商業模式延續性與多元商業模式探討 第十七週：商業模式理論案例研究(三) 第十八週：商業模式個案討論分析(三)		
實 施 方 法	一、老師講評：由老師對於討論議題進行綜整與講解		

	二、個案討論：運用個案教材進行小組討論與實務模擬 三、議題報告：由學生針對商業模式議題進行導讀與分享 四、期末報告：學生針對商業模式進行規畫設計
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	一、課堂參與 25% 二、個案討論 25% 三、議題報告 25% 四、課堂商業模式設計報告 25%
教科書或參考書目	1. Osterwalder, A. & Pigneur, Y. (2010). <i>Business Model Generation</i> . John Wiley & Sons. 2. Timmons, J. A. & Spinelli, S. (2007). <i>New Venture Creation: Entrepreneurship for the 21st Century</i> (7th ed.). McGraw-Hill. 3. Schilling, M. A. (2010). <i>Strategic Management of Technology Innovation</i> (3rd ed.). McGraw-Hill. 4. Tidd, J. & Bessant, J. (2010). <i>Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change</i> (4th ed.). New Jersey: John Wiley & Sons. 5. Carlson, C. R. & Wilmot, W. W. (2006). <i>Innovation: The Five Disciplines for Creating What Customers Want</i> . NY: Crown Business. 6. Dorf, R., Byers, T. & Nelson, A. (2008). <i>Technology Ventures: From Idea to Enterprise</i> . McGraw-Hill. 7. Chesbrough, H. (2006). <i>Open Business Models: How to Thrive in The New Innovation Landscape</i> . Harvard Business Review Press. 8. 哈佛商業評論數位版。檢自 https://www.hbrtaiwan.com/premium/index_bar.html 。 9. 光華管理個案收錄庫。檢自 https://www.kmcc.org.tw/ 。
備註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 12】

國立臺北教育大學教學大綱

科目名稱 (中文)	領導統御理論與實務專題		
科目名稱 (英文)	Seminar on Theories and Applications of Leadership		
授課教師	江政達 (學程支援教師)	學分數	2
系所	東南亞區域管理碩士學位學程	科目代碼 (原無或未確定可從缺)	新增
核心能力	1. 人際溝通與表達技巧 2. 團隊建構與組織設計能力 3. 領導統御理論與技能 4. 領導風格診斷與分析技能		
課程理念	本課程之教學目標旨在培養學生成為一位成功的領導者，並瞭解領導者與被領導者間的互動關係，發揮團隊的生產力，建構組織成員的內聚力，以達成組織的預期任務與目標。		
教學目標	本課程之教學目標旨在培養學生成為未來成功的領導者，並使學生瞭解權力的來源與統御影響力的關聯模式、領導者與被領導者間的互動關係、如何做好領導與統御效能的衡量方法等，以發揮團隊在企業上的生產力，建構組織成員的共識與內聚力，而達成企業的預期商務目標，企業領導統御實際案例也將在課堂上引述，期望能啟發同學們進行個案的分析及心得體認。		
大綱 (每週上課內容)	第一週：領導統御概論 第二週：領導特質理論與應用 第三週：領導行為理論與應用 第四週：領導風格的建構與測量 第五週：權變領導模式與應用 第六週：領導統御案例討論與分析(一) 第七週：魅力領導、轉換型領導及部屬互動 第八週：團隊領導、願景領導與決策 第九週：領導者用人、授權與賦能 第十週：危機領導 第十一週：領導統御案例討論與分析(二) 第十二週：知識領導 第十三週：服務領導 第十四週：跨文化領導模式 第十五週：華人領導特色與風格 第十六週：領導人才培養與接班計畫 第十七週：領導統御案例討論與分析(三)		

	第十八週：領導統御專題期末報告
實 施 方 法	一、老師講評：由老師對於討論議題進行綜整與講解 二、個案討論：運用個案教材進行小組討論與實務模擬 三、議題報告：由學生針對領導統御議題選讀教材進行導讀 四、期末報告：學生針對領導統御特定議題進行規畫調查與簡報
成績評量方式 (請註明各項評分比例)	一、課堂參與 25% 二、個案討論 25% 三、議題報告 25% 四、期末報告 25%
教科書或參考書目	1. 戴國良(2012)，圖解領導學，臺北市：五南圖書出版社。 2. DuBrin, A. J. (2013). Principles of Leadership (7th Ed.). 臺中市：滄海書局。 3. Nahavandi, A. (2012). The Art and Science of Leadership (6th Ed.). London: Prentice Hall. 4. Yukl, G. (2012). Leadership in Organizations (8th Ed.). London: Prentice Hall. 5. 李元墩、陳璧清(譯)(2009)。領導，不需要頭銜。臺北市：大是文化。(Bennis, W., 2009) 6. 哈佛管理評論個案選集。 7. 光華管理基金會管理個案資料庫個案選集。
備 註	

註：表格得依所需調整長度。

【附件 13】

東南亞區域管理碩士學位學程 109學年度課程結構與教學科目表						
科目中文名稱	科目英文名稱	修別	學分	時數	開課年級	備註
一、基礎課程(必修8學分)						
研究方法	Research Methodology	必	2	2	一上	
華人社會與文化	Study of Chinese Society and Culture	必	2	2	一上	
產業經營專題討論	Seminar on Industries Management	必	2	2	一下	
東南亞研究	Southeast Asia Studies	必	2	2	二上	
二、專業課程(必修2學分)						
企業經營理論與實務專題	Management Theory and Practice	必	2	2	一上	
行銷理論與企劃實務專題	Marketing Theory and Practice	選	2	2	一上	
人力資源理論與實務專題	Human Resource Management and Practice	選	2	2	一上	
策略管理理論與實務專題	Strategy Management Theory and Practice	選	2	2	二下	
財務管理理論與實務專題	Finance Management and Practice	選	2	2	一下	
電子商務理論與實務專題	e-Business Theory and Practice	選	2	2	一下	
商業模式理論與實務專題	Seminar on Theories and Applications of Business Model	選	2	2	一下	
國際企業管理	International Business Management	選	2	2	一上	
創新與創業管理專題	Entrepreneurship and Innovation Management	選	2	2	二上	
產業調查專題研究	Industry Survey Study	選	2	2	二上	
消費者行為研究	Consumer Behavior Study	選	2	2	二上	
東南亞區域行銷	Marketing in Southeast Asia	選	2	2	二下	
創新、產業與區域發展專題	Seminar on Innovation, Industry and Regional Development	選	2	2	二下	
產業經濟學	Industrial Economics	選	2	2	一下	
專案管理	Project Management	選	2	2	一下	
區域競爭力與國家競爭優勢	Regional Competitiveness and National Competitive Advantage	選	2	2	二上	
科技管理專題	Research on Technology Managemen	選	2	2	二上	
跨文化溝通與管理	Cross Cultural Communications and Management	選	2	2	一下	
領導統御理論與實務專題	Seminar on Theories and Applications of Leadership	選	2	2	一下	
生產作業管理專題	Production and Operations Management and Practice	選	2	2	二上	
產業個案研究	Industries Case Studies	選	2	2	二上	
多變量分析	Multivariate Analysis	選	2	2	一下	
獨立研究	Independent Study	選	2	2	二下	
三、產業實習						
產業實習	Internship	必	4	4	二上	
四、專業實務技術報告	Professional Technical Report	必	0	0	二下	
跨學程、系所、院校修課	Cross-program	選	2	2		至多2學分，且選課前經學程主任同意方可計入畢業學分。