



มหาวิทยาลัยรังสิต

รายละเอียดของรายวิชา

课程具体描述

วิทยาลัย/คณะ วิทยาลัยนานาชาติจีน

学院 中国国际学院 学科

หลักสูตร บริหารธุรกิจบัณฑิต (หลักสูตรนานาชาติ)

课程 工商管理学士学位课程

ภาควิชา บริหารธุรกิจบัณฑิต

工商管理学士学位

สาขาวิชา บริหารธุรกิจ

专业 工商管理专业

หมวดที่ 1 ข้อมูลทั่วไป

第一部分：基本信息

รหัสและชื่อรายวิชา 课程代码和名称		ICK 414 การเปรียบเทียบการตลาดต่างประเทศ International Market Comparison	3 学分	3-0-6
วิชาบังคับร่วม 后置课		-		
วิชาบังคับก่อน 前置课		-		
ภาคการศึกษา 学期		1/2568		
กลุ่ม 组		90		
ประเภทของวิชา 所属学科与授课形式	☐	วิชาปรับพื้นฐาน 专业基础课		
	☐	วิชาศึกษาทั่วไป 公共基础课程		
	☒	วิชาเฉพาะ 专业课程		
	☐	วิชาเลือกเสรี 自由选修课		
อาจารย์ผู้รับผิดชอบ 任课老师	อ. Li Peng		อาจารย์ประจำ 专职教师	
อาจารย์ผู้สอน 授课老师	อ. Li Peng	☐	อาจารย์ประจำ 专职教师	☒ อาจารย์พิเศษ 兼职教师
สถานที่สอน 上课地点	11-704	☒	ในที่ตั้ง	☐ นอกที่ตั้ง
วันที่จัดทำ 课程最后一次更新时间	1/2568 学期			

หมวดที่ 2 วัตถุประสงค์ของรายวิชาและส่วนประกอบของรายวิชา

第二部分：教学目的和课程结构

1. วัตถุประสงค์ของรายวิชา 课程教学目的

- 1) 理解文化因素对于国际营销者的重要性、政府类型、政党、民族主义、针对性的恐惧/仇恨以及贸易争端对国外营销环境的影响
- 2) 了解各国之间的法律差异以及差异对国际营销计划的影响，政治及经济环境变化对全球营销的影响
- 3) 了解国际合作的模式，掌握亚太地区的快速发展情况和亚太地区的多样性
- 4) 理解影响各种市场进入战略的重要因素，关于产品适应的物质的、强制性的和文化方面的要求
- 5) 了解分销渠道的多样化及其对营销成本和效率的影响，分销模式对国际营销各个方面的影响；影响产品广告和促销的当地市场特点，作为国际市场营销竞争工具的定价的构成要素，若干国家在沟通行为方面的相似性和差异性

2. คำอธิบายรายวิชา

课程简介

วิชาบังคับก่อน : ICB 204 หลักเศรษฐศาสตร์มหภาค

Prerequisite : ICB 204 Principles of Macroeconomics

การเปรียบเทียบการตลาดนานาชาติ ทฤษฎีทางการตลาด กิจกรรมทางการตลาด วิธีการจัดการและกลยุทธ์ทางการตลาด การอ้างอิงกรณีศึกษาจากนานาชาติและวิสาหกิจระดับโลก เช่น ญี่ปุ่น สหรัฐอเมริกา จีน และ ไทย

To compare key cases of marketing in the world and countries, marketing theory, marketing activities, marketing management methods and strategies, and citing various regions of the world and world-class enterprises such as Japan, the United States, China and Thailand as research cases.

3. จำนวนชั่วโมงต่อสัปดาห์ที่อาจารย์ให้คำปรึกษาและแนะนำทางวิชาการแก่นักศึกษา

每周针对学生个人的辅导时间

มี3.....ชั่วโมง/สัปดาห์

一星期几个小时

■ e-mail :...reine_muzilee@163.com....

4. ผลลัพธ์การเรียนรู้ของรายวิชา (Course Learning Outcomes: CLOs) : 课程学习成果

(1) 道德

①遵循职业道德，能够在国际市场营销工作中实践实事求是的原则并做出符合道德规范的决策。

②掌握可持续发展原则，推动企业社会责任的实践。

(2) 知识

①能够描述国际市场营销理论及方法产生的背景

② 能够理解文化、政治制度、法律体系等对国际不同市场的影响。

(3) 技能

①能够结合不同的国际市场情况拟定市场营销策略和制定营销方案，能够根据不同市场的顾客设计不同的顾客关系的策略。

② 能够运用市场调查问卷等方法进行调查，能够采用定性和定量分析方法分析现实问题。

(4) 个性特质

①通过国际营销前沿知识的学习开拓应用型大学商务专业学生的视野、培养创新能力。

② 通过传统营销观念和现代营销观念的对比，提升思辨能力、创新能力及跨文化交际的能力。

(5) 分析能力、沟通技能与技术使用

①充分认识在经济全球化背景下加强企业营销管理的重要性，掌握组织和控制市场营销活动的基本程序和方法。

②培养和提高正确分析和解决市场营销和管理问题的实践能力，以使能够较好地适应市场营销管理工作实践的需要。

หมวดที่ 3 การพัฒนาผลการเรียนรู้ของนักศึกษา

第三部分：学生的综合培养

การพัฒนาผลการเรียนรู้ในมาตรฐานผลการเรียนรู้แต่ละด้านที่มุ่งหวัง มีดังต่อไปนี้

1. คุณธรรม จริยธรรม 道德水准要求

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
1.1	ตระหนักในคุณค่า คุณธรรม จริยธรรม เสียสละ และซื่อสัตย์สุจริต 树立正确的道德观、 价值观和世界观，具 有牺牲与奉献精神。	按时上课、尊重他人劳动成果（独 立完成报告或作业、控制抄袭 度），懂得在截止时间前按要求提 交作业，准时、惜时。	检查每堂课的出勤 率； 检查每次任务是否按 时提交。
1.2	มีระเบียบ วินัย ตรงต่อเวลา และความรับผิดชอบต่อ ตนเองและสังคม 遵守法律法规、有时 间观念并对自己、他 人及社会有责任心。	按时上课、尊重他人劳动成果（独 立完成报告或作业、控制抄袭 度），懂得在截止时间前按要求提 交作业，准时、惜时。	考核思考讨论分 析，及考核每堂 课的出勤率、作 业及发表时的责 任度。
1.3	เคารพและปฏิบัติตาม กฎระเบียบและข้อบังคับ ต่าง ๆ ภายใต้หลักธรรมาภิ บาลขององค์กรและสังคม 遵循社会规律，自觉 遵守并践行社会规则 与公德。	课堂里通过讨论分析，让学生懂得 尊重他人的权利、名誉与价值观。	根据章节考核课 堂实践讨论活 动。综合计入最 终考核中。

2. ความรู้ 专业学科知识培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
2.1	สามารถวิเคราะห์ปัญหา เข้าใจ รวมทั้งประยุกต์ ความรู้ ทักษะ และการใช้ เครื่องมือที่เหมาะสมกับการ แก้ปัญหา	在学科相关理论知识的学习过程 中，通过课题理论学习，要求学生 掌握主要学科相关理论，并可通过 随堂题目分析和讨论、实践练习， 加深理论及相应专业技能获得更深 层的认识。	考核方式为日常作业、 考勤、期末考试，日常 实践主要为随堂测试、 分组谈判或课后调研， 具体视章节内容而定， 考核结果计入最终考核 中。

	具备分析本课程相关问题的知识与专业技能，并能利用合适的工具将之运用于实践。		
2.2	มีความรู้ความเข้าใจการเปลี่ยนแปลง ผลกระทบของเทคโนโลยีใหม่ๆ และสามารถประยุกต์ใช้อย่างเหมาะสม 深谙学术领域的最新知识并将之妥善运用。	将结合案例进行分析和讨论，并对结果进行展示和陈述。	考核课堂表现，考核课堂分析讨论，期末考试，最后将考核结果综合计入最终考核中。

3. ทักษะทางปัญญา 专业学科思维培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
3.1	สามารถคิดอย่างมี วิจารณญาณ และอย่างเป็น ระบบ 具有全面思考问题并得出判断的能力。	每个章节将给出相关的思考讨论点以及相应的实操练习任务。	考核课堂表现，考核课堂分析讨论，考核期末考试，最后将考核结果综合计入考核中。
3.2	สามารถสืบค้น ตีความ และ ประเมินข้อมูลต่างๆ เพื่อใช้ ในการแก้ไขปัญหาอย่าง สร้างสรรค์ 具有查找、检审及评价相关资料的能力，并能将之灵活运用于理论建构和社会实践。	课后让学生查找国际市场相关的资料，在阅读和思考后做出总结，如撰写总结报告等，在课堂上让学生讨论总结报告并发表他们的意见。	考核课堂实践讨论分析、以及查找资料分析的作业。
3.3	สามารถบูรณาการความรู้ใน สาขาวิชาที่ศึกษากับความรู้ ในศาสตร์อื่นๆ ที่เกี่ยวข้อง 能将本专业的知识扩展运用于其它相关专业领域。	结合所学知识，分析不同国家和地区的市场特征，并针对这些特征制定相应的营销策略。	通过期末的学期论文或报告进行考核。

4. ทักษะความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลและความรับผิดชอบ

责任感及社交能力培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
4.1	สามารถใช้ความรู้ในศาสตร์มา บใช้สังคมในประเด็นและโอกาส ที่เหมาะสม 能够在适当的时机运用 专业所学回馈社会。	课堂里将把现实生活中的实际问题 与商务谈判理论相结合讲解讨论分 析。学生将所学知识应用在现实社 会以及将来的工作当中。	通过课后作业及 期末考试。
4.2	มีความรับผิดชอบต่อความคิ ด คำพูด และการกระทำของตนเองแ ละของกลุ่ม 能对自身想法、观点、 行为及团队的决议负 责。	每课堂里都有与所讲内容的相关思 考讨论分析点。学生需小组讨论及 发表自身的观点。	通过考核课堂表 现及发言等。

5. ทักษะการวิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศ 信息技术能力培养

●	ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการสอน 教学方式	วิธีการประเมินผล 考核方式
5.1	สามารถแนะนำประเด็นการ แก้ไขปัญหาโดยใช้ สารสนเทศทางคณิตศาสตร์ หรือการแสดงสถิติประยุกต์ ต่อปัญหาที่เกี่ยวข้องอย่าง สร้างสรรค์ 能根据实际问题运用 计算机及相关数理研 究软件进行数据的整 理、分析并提出合理 的解决方案。	根据章节内容，学生可以利用各种 先进技术，如 AI，对国际市场的内容 进行准备和总结。	通过课后作业进行考 核。
5.2	มีความสามารถใช้ เทคโนโลยีสารสนเทศได้ อย่างเหมาะสม 具备根据实际情况灵 活运用信息技术的能力。	学生需结合国际市场的相关理论和 策略，合理运用 AI 等技术进行国际 市场的对比分析的实践。	考核课堂讨论分 析和演讲陈述， 以及课后的报告 总结。

หมวดที่ 4 แผนการสอนและการประเมินผล

第四部分：教学计划与成绩考核

1. แผนการสอน

教学计划

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或设	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
1-3	第一章 国际市场的文化环境 第一节 历史与地理：文化的基础 1、地理与国际市场 2、全球人口趋势 3、世界贸易通道 4、文化的广泛影响 第二节 文化、管理风格和经营方式 1、世界各地的管理风格 2、企业伦理 3、文化对战略思考的影响 4、综合模式：关系导向文化和信息导向文化 第三节 政治环境 1、政府政策的稳定性 2、政府激励 第四节 国际法律环境 1、法律体系的基础 2、知识产权保护 3、网络法规 4、各国商法	1. 介绍课程内容及考核项目、时间的介绍 2. 讲解课堂内容 3. 思考点的讨论分析，学生提出问题讨论问题	9	Aj. Li Peng
4-5	第二章 评估国际市场机会 第一节 通过营销调研建立全球视野 1、营销调研的过程 2、定量调研和定性调研 3、调研信息分析与解释问题 第二节 各主要市场 1、美洲市场	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	6	Aj. Li Peng

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนการสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或设	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
	2、欧洲市场 3、非洲市场 4、亚太市场			
6-11	第三章 制定全球营销战略 第一节 全球营销管理 1、全球营销管理 2、全球市场计划 3、市场进入战略 4、全球竞争的组织 第二节 面向消费者的产品和服务 1、分析产品构成以实施适应 2、消费者服务的全球营销 3、国际市场上的品牌 第三节 面向企业的产品和服务 1、全球企业对企业市场的需求 2、质量和全球标准 3、贸易展览会 第四节 国际营销渠道 1、分销渠道结构 2、分销模式 3、影响渠道选择的因素 4、渠道管理 第五节 整合营销沟通与国际广告 1、国际市场上的销售促销 2、国际广告 3、广告策略和目标 4、广告的国际控制 第六节 国际市场定价 1、定价政策 2、国际定价方法 3、管制定价	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	18	Aj. Li Peng

สัปดาห์ที่ 周次	หัวข้อ/รายละเอียด 主题/内容	กิจกรรมการเรียนรู้การสอน และสื่อที่ใช้ 教学活动与教具或设	จำนวน ชั่วโมง 小时	ผู้สอน 授课老师
12	第四章 实施全球营销战略 第一节 与国际客户、合作伙伴和政府部门的谈判 1、若干国家在沟通行为方面的相似性和差异性 2、思维和决策程序差异如何影响国际谈判 3、后续沟通和程序的重要性	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	3	Aj. Li Peng
13-15	第五章 国际市场 第一节 国际贸易的动态环境 1、国际收支 2、保护主义 3、主要的国际经济组织 第二节 国际市场营销的范围和挑战 1、中国企业的国际化 2、国际市场营销的定义和任务 3、适应环境的必要性 4、参与国际市场营销的阶段 第三节 国际市场融合与合作 1、跨国合作的模式 2、全球市场与跨国市场集团 3、市场一体化	1. 讲解课堂内容 2. 课堂思考点讨论分析 3. 课堂实践练习 4. 学生提出问题讨论问题	9	Aj. Li Peng
รวม 总计			45	

2. แผนการประเมินผลการเรียนรู้

教学成果评估计划

ผลการเรียนรู้ 考核内容	วิธีการประเมินผลการเรียนรู้ 考核方式	สัปดาห์ที่ประเมิน 考核周次	สัดส่วนของการ ประเมินผล 考核所占比例
1.1 1.2 1.3 3.1 3.2 4.1 4.2	考勤、课堂表现	1-15	30%
2.1 2.2 5.1 5.2	课后任务	1-15	20%
1.1 1.2 2.1 2.2 3.1 3.2 5.1 5.2	期末考试	16	50%
		Total	100 %

3. ความสอดคล้อง Course Learning Outcome (CLOs) กับผลลัพธ์การเรียนรู้

课程学习成果 (CLO) 与学习成果保持一致

CLOs 学习成果类别与第 二部分第 4 项内容 一致（可复制）	1.จริยธรรมทักษะ ความรู้ 道德与知识 技能			2.ความรู้ 知识		3.ทักษะ 技能			4.ลักษณะบุคคล 个性特质		5.ทักษะการ วิเคราะห์เชิงตัวเลข การสื่อสาร และ การใช้เทคโนโลยี สารสนเทศ 分析 能力、沟通技 能与技术使用	
	1.1	1.2	1.3	2.1	2.2	3.1	3.2	3.3	4.1	4.2	5.1	5.2
CLO 1 (1) 道德 ①遵循职业道德，能够 在国际市场营销工作中 实践实事求是的原则并 做出符合道德规范的决 策。 ②掌握可持续发展原则， 推动企业社会责任的实 践。	✓	✓	✓									
CLO 2 (2) 知识 ①能够描述国际市场营 销理论及方法产生的背 景 ②能够理解文化、政治 制度、法律体系等对国 际不同市场的影响。				✓	✓							

หมวดที่ 5 ทรัพยากรประกอบการเรียนการสอน
第五部分： 教学资源和信息

1. ตำราและเอกสารหลัก

使用 教材与其他教学资料

1. 指定教材

无

2、参考的其他资料及案例分析使用书
教师分发

2. เอกสารและข้อมูลสำคัญ

参考资料与信息

.....
.....

3. เอกสารและข้อมูลแนะนำ

其他建议的参考资料与信息

หมวดที่ 6 การประเมินและปรับปรุงการดำเนินการของรายวิชา

第六部分：课程的评估与调整

1. กลยุทธ์การประเมินประสิทธิผลของรายวิชาโดยนักศึกษา 学生自主评估学习成果的方式

☒ การประเมินประสิทธิภาพการสอนโดยนักศึกษา 学生对教学表现的评价

☒ แบบประเมินกระบวนการวิชา 课程评估表

☒ การสนทนากลุ่มระหว่างผู้สอนและผู้เรียน 师生小组讨论

☒ การสะท้อนคิด จากพฤติกรรมของผู้เรียน 基于学生行为的反思

2. กลยุทธ์การประเมินการจัดการเรียนรู้ 学习管理评估策略

☒ แบบประเมินผู้สอน 教师评估表

☒ สะท้อนโดยนักศึกษา 学生反馈

☒ ผลการสอบ 考试成绩

☒ การทวนสอบผลประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ 审核学习成果评估

☒ การประเมินโดยคณะกรรมการกำกับมาตรฐานวิชาการ 学术标准委员会评估

3. กลไกการปรับปรุงการจัดการเรียนรู้ 改进学习管理机制

☒ สัมมนาการจัดการเรียนการสอน 教学管理研讨会

4. กระบวนการทวนสอบผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของกระบวนการวิชาของนักศึกษา 学生的学习效果检查

☒ มีการตั้งคณะกรรมการในสาขาวิชา ตรวจสอบผลการประเมินผลสัมฤทธิ์การเรียนรู้ของนักศึกษา โดยตรวจสอบข้อสอบรายงาน วิธีการให้คะแนนสอบ และการให้คะแนนพฤติกรรม

在学科领域内设立委员会，审核学生学习成果，包括考试、报告、评分方式和行为评估

5. การดำเนินการทบทวนและการวางแผนปรับปรุงประสิทธิผลของรายวิชา

课程的教学反思与教学效果的提高

☒ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามข้อเสนอแนะและผลการทวนสอบตามข้อ 4

根据第4节中的建议和审核结果，每年改进课程。

☒ ปรับปรุงกระบวนการวิชาในแต่ละปี ตามผลการประเมินผู้สอนโดยนักศึกษา

根据学生对教师的评价结果，每年改进课程。