

國立金門大學

教學綱要

部別：日間部研究所
碩士班

114學年度第2學期

列印日期：
2026/01/21

科目名稱：東協市場經營管理 (ASEAN market management)	開課班級：企學分 業管理學系碩一：2.0	授課時數 ：2.0
授課教師：顏郁芳	必選修：選修	

1. 教學目標

教學目標 1. 理解東協市場政治經濟、人口紅利、產業結構與區域整合 (AEC) 之關鍵影響。 2. 掌握跨境經營之市場進入策略：出口、代理、JV、併購、設廠、平台跨境等模式。 3. 建立東協各國法規、稅務、投資限制、勞動與合規風險之辨識能力。 4. 培養在地合作夥伴與通路建立能力 (渠道策略、B2B合作、政府/產業網絡)。 5. 能以策略工具 (PESTEL、Porter、STP/4P、SWOT、商業模式畫布等) 完成市場進入計畫。 6. 提升跨文化管理、人才策略與組織協作能力，並兼顧ESG與永續發展。 Course Objectives 1. Understand key ASEAN market drivers including political economy, demographic dividend, industry structures, and ASEAN regional integration (AEC). 2. Master market entry strategies: exporting, distributors/agents, joint ventures, M&A, local manufacturing, and cross-border platform entry. 3. Develop capabilities to assess regulations, taxation, investment restrictions, labor issues, and compliance risks across ASEAN countries. 4. Build partnership and channel development skills (distribution, B2B alliances, government/industry networks). 5. Apply strategic tools (PESTEL, Porter's Five Forces, STP/4Ps, SWOT, Business Model Canvas) to create an ASEAN market entry plan. 6. Strengthen cross-cultural management, HR strategy, and organizational coordination while integrating ESG and sustainability.

2. 教學綱要

週次 主題 重點內容與實作

- 課程導論：ASEAN市場全貌 ASEAN國家概況、AEC、東協經濟趨勢、課程專題說明
- 新興市場研究方法與資料來源 國際資料庫 (World

Bank/IMF/UN/ASEANstats)、市場研究框架

3 PESTEL+制度環境分析 政治風險、制度差異、治理品質；工具練習：PESTEL

4 產業與競爭分析 Porter五力、價值鏈、競爭版圖；產業案例拆解

5 消費者文化與市場區隔 宗教、族群、語言、Z世代；STP與在地化策略

6 市場進入模式 I：出口/代理/通路 代理商管理、跨境通路、合約重點

7 市場進入模式 II：JV/併購/設廠 股權結構、治理、投資評估、落地營運

8 法規與合規管理 稅務、投資限制、數據隱私、勞動法；合規風險清單

9 期中評量/案例報告 期中案例簡報或測驗

10 國家個案：印尼市場 清真/宗教、電商平台、生態系、合作夥伴策略

11 國家個案：越南市場 製造基地、FDI、供應鏈、工業園區與人力

12 國家個案：泰國/馬來西亞 服務與觀光、汽車與製造、金融與科技樞紐

13 國家個案：新加坡/菲律賓 區域總部、金融與創新；BPO與服務業

14 跨文化管理與人才策略 Hofstede、文化智商CQ、跨國團隊、HR策略

15 風險管理與ESG永續 匯率/政治/供應鏈/法遵/ESG；風險矩陣與應對

16 期末專題發表 ASEAN市場進入計畫書+Pitch簡報

3. 教科書

書名：現代人力資源管理

1 出版日期：2016年 08月

作者：方世榮 出版社：華泰文化 版本：14

無參考書資料。

※請遵守智慧財產權觀念，依著作權法規定，教科書及教材不得非法影印與使用盜版軟體。

5. 教學進度表

週次	日期	內容	備註
1	2026/02/22—2026/02/28	Introduction：課程介紹, 分組, 評量方式說明	
2	2026/03/01—2026/03/07	人力資源管理導論	
3	2026/03/08—2026/03/14	人力資源管理策略與分析	
4	2026/03/15—2026/03/21	工作分析與人才管理	
5	2026/03/22—2026/03/28	人事規劃與招募	
6	2026/03/29—2026/04/04	測驗與甄選	

7	2026/04/05—2026/04/11	面談應徵者	
8	2026/04/12—2026/04/18	員工的訓練與發展	
9	2026/04/19—2026/04/25	期中考	
10	2026/04/26—2026/05/02	留才、敬業與職涯	
11	2026/05/03—2026/05/09	績效管理與評估	
12	2026/05/10—2026/05/16	建立策略性的薪酬計畫	
13	2026/05/17—2026/05/23	績效薪酬與財務獎勵	
14	2026/05/24—2026/05/30	福利與服務	
15	2026/05/31—2026/06/06	人力資源管理中的多元議題	
16	2026/06/07—2026/06/13	倫理、員工關係、公平對待	
17	2026/06/14—2026/06/20	勞工關係與集體協商	
18	2026/06/21—2026/06/27	期末考	

6. 成績評定及課堂要求

出席與課堂參與（含討論、即時練習）：10% 個案作業（2次，個人/分組）：20% 期中評量（測驗或案例簡報）：20% 期末分組專題：40% 書面市場進入計畫（25%） 簡報Pitch（15%） 同儕互評（納入分組分數調整）：10%（可選）

8. 永續發展目標(SDGs)：SDG4 優質教育、SDG8 合適的工作及經濟成長

9. 大學社會責任(USR)關聯性：中