



國際企業海外投資-國家文化分析

時間：2026-04-29
地點：商管大樓 B427

「國際企業海外投資－國家文化分析」自主學習課程，在教學設計與實施上，成功整合理論學習與實務應用，並透過高互動性的分組探究與成果發表，展現出學生在跨文化理解、分析能力與國際視野上的顯著成長。整體而言，本課程不僅達成預期教學目標，更在學習深度與學生參與度上展現突破，具有高度教育價值與實務意義。(一) 教學成果與突破及實務應用意義 本課程最顯著的成果，在於成功引導學生由「文化知識理解」進階至「文化策略應用」。透過文化分析架構(如文化構面理論)之導入，學生能系統性比較不同國家文化差異，並進一步思考其對企業海外投資與經營決策的影響。在實際學習歷程中，學生以小組形式選定不同國家(如美國、日本、印尼、義大利、台灣等)，進行深入分析與整理，並以海報形式呈現成果。從活動照片可見，學生在討論過程中積極互動、分工合作，展現高度投入與自主學習能力。具體學習成果可歸納如下：

跨文化分析能力提升：學生能理解並應用如個人主義與集體主義、權力距離、不確定性規避等文化構面，並解釋其對企業管理與市場策略的影響。國際市場思維建立：學生能從文化角度分析不同市場特性，理解企業在不同國家需採取差異化策略，例如溝通方式、品牌定位與消費者互動模式。問題解決與批判思考能力強化：學生在比較不同文化時，能提出觀察與假設，並透過討論驗證其合理性，培養邏輯分析能力。英語溝通與表達能力提升：透過英語簡報與發表，學生能清楚傳達複雜概念，並回應提問，提升國際溝通能力。團隊合作與協作能力養成：學生在分組過程中學習角色分工、意見整合與共同決策，為未來職場合作奠定基礎。上述成果對學生未來生涯具有高度實務應用價值。在全球化職場中，企業愈發重視員工的跨文化敏感度與國際溝通能力。本課程讓學生理解「文化即策略」，未來無論從事國際行銷、跨國管理或海外投資評估，皆能運用所學進行更精準的判斷。例如，學生可在實務中判斷不同市場適合標準化或在地化策略，並能理解消費者行為背後的文化動因，進而提升決策品質與工作表現。



學生成果發表-印尼個案

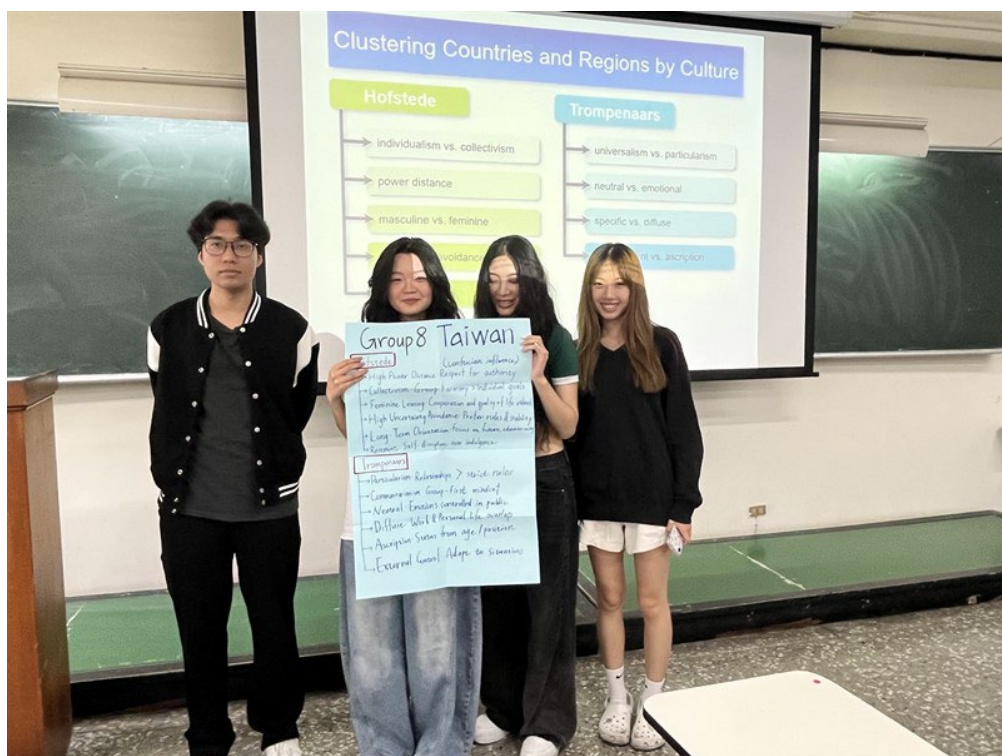


國際企業海外投資-國家文化分析

時間：2026-04-29
地點：商管大樓 B427



學生成果發表-印尼個案



學生成果發表-台灣個案