105學年度行銷與流通管理系碩士班課程結構規畫表

105學年度入學學生適用1050324

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | 研一上 | 研一下 | 研二上 | 研二下 |
| 核心必修  (20學分) | 行銷管理專題(3)  【方法論】研究方法(3) | 消費者行為專題(3)  論文(6) | 專題講座1(1)  論文(6) | 專題講座2(1)  論文(6) |
| 方法論(3學分)  【任選一門】 |  | 多變量分析(3)  定性研究方法(3) |  |  |
| 專業選修 | 零售管理專題(3)  組織管理專題(3)  整合型行銷溝通專題(3)  人力資源管理專題(3)  \*國際企業管理專題(3)  \*國際行銷專題(3) | 服務行銷專題(3)  定價策略與管理專題(3)  連鎖企業管理專題(3)  行銷企劃實務專題(3)  產品創新與品牌管理專題(3)  \*策略行銷 (3)  通路策略與管理專題(3)  產業行銷專題(3)  創新管理專題(3) | 經營管理專題(3)  亞洲流通專題(3)  顧客關係管理專題(3)  電子商務專題(3)  \*國際通路管理專題(3) | 業態趨勢專題(3)  知識管理專題(3)  競爭策略專題(3)  \*國際零售專題(3) |
| 開課學分 | 6~21 | 15~39 | 7~25 | 7~19 |

1. 最低學分38學分(不含論文6學分)，凡未修過下列課程者均需補修大學部課程：管理學、應用統計學或統計學(0學分)。
2. 國際行銷學程課程皆採用英文授課。
3. 論文擇一學期修讀。
4. 如經他系或外校同意，可選修他系或外校碩士班課程，惟至多承認7學分。
5. <\*>表示以英文授課。