

行銷與流通管理系碩士班 一〇七學年度入學課程結構規劃表

修改日期:108.4.26

| 課程類別 | | | 一年級 | | | | | | 二年級 | | | | | |
|------|-----|-------------------|-----------|-----|----|-----------|-----|----|------------|-----|----|------------|-----|----|
| | | | 第一學期 | | | 第二學期 | | | 第一學期 | | | 第二學期 | | |
| | | | 課程名稱 | 學分數 | 時數 | 課程名稱 | 學分數 | 時數 | 課程名稱 | 學分數 | 時數 | 課程名稱 | 學分數 | 時數 |
| | 必修 | 至少 15 學分 | 行銷管理專題 | 3 | 3 | 消費者行為專題 | 3 | 3 | 論文 | 6 | 6 | 論文 | 6 | 6 |
| | 必選修 | 至少 3 學分 【任選一門】 | 【方法論】研究方法 | 3 | 3 | 論文 | 6 | 6 | | | | | | |
| 專業課程 | 選修 | 至少 24 學分 | 多變量分析 | 3 | 3 | | | | | | | | | |
| | | | 零售管理專題 | 3 | 3 | 服務行銷專題 | 3 | 3 | 現代經營管理專題 | 3 | 3 | 業態趨勢專題 | 3 | 3 |
| | | | 組織創新與管理 | 3 | 3 | 連鎖企業管理專題 | 3 | 3 | 亞洲流通專題 | 3 | 3 | 知識管理專題 | 3 | 3 |
| | | | 整合行銷溝通專題 | 3 | 3 | 暑期實習 | 3 | 3 | 顧客關係管理專題 | 3 | 3 | 競爭策略專題 | 3 | 3 |
| | | | 人力資源管理專題 | 3 | 3 | 品牌管理專題 | 3 | 3 | 電子商務專題 | 3 | 3 | *國際零售專題 | 3 | 3 |
| | | | *國際企業管理專題 | 3 | 3 | *策略行銷 | 3 | 3 | *國際通路管理專題 | 3 | 3 | 服務數據決策分析專題 | 3 | 3 |
| | | | *國際行銷專題 | 3 | 3 | 通路策略與管理專題 | 3 | 3 | 行銷管理個案研究專題 | 3 | 3 | 流通企業個案研究專題 | 3 | 3 |
| | | | 定價策略與管理專題 | 3 | 3 | 產業行銷專題 | 3 | 3 | | | | | | |
| | | | 創新管理專題 | 3 | 3 | | | | | | | | | |

備註：

一、畢業總學分數為 42 學分。

二、必修 15 學分，選修 27 學分。

三、學生修讀所屬學院之「學院共同課程」應認列為本系專業課程學分；修讀所屬學院之「學院跨領域課程」或其他學院開課之課程，則認列為外系課程學分。

四、學院或系所開設之教學實習微學分課程列為畢業學分。

五、系所訂定條件（學程、檢定、證照、承認外系學分及其他）：

1. 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. 專業課程選修27學分(已含必選修3學分)，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。
6. 院開設之教學實習微學分課程列為畢業學分