

行銷與流通管理系碩士班 110 學年度入學課程結構規劃表

修改日期:110.04.26

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
專業課程	必修	應修 4 門/ 應修 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
			【方法論】研究方法	3	3	論文	6	6						
	必選修	應修 1 門/ 應修 3 學分				多變量分析	3	3						
						定性研究方法	3	3						
	選修	應修 8 門/ 應修 24 學分	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	連鎖企業學期實習 1	3	3	連鎖企業學期實習 2	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、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. 每學期修課以5科為上限(含必修、選修)。
 6. 畢業前須修讀所屬學院各系所開設2學分以上之英語授課課程。
 7. <*>表示以英文授課。