

G-33 <u>行銷</u> 學系（所、學位學程） <u>115</u> 學年度入學 碩士班 研究生畢業條件明細表					
項					

※必修科目及畢業學分數規定由系所依各學年課程規劃表填列；章程查詢網址：<http://www.nchu.edu.tw/~indodep/chinese/rule.htm>
 ※畢業條件異動請依畢業條件異動簡化程序建議表辦理。如無課程或學分異動，不須每學年提送。
 ※本表格修訂係依第 62 次教務會議紀錄。

行銷學系碩士班畢業條件明細表(115 學年度適用)

專業選修科目列表

科目名稱	全或半	學分
(1) 行銷規劃與策略	半	3
(2) 當代行銷問題(進階課程)	半	3
(3) 消費者行為理論	半	3
(4) 消費者研究專題	半	3
(5) 行銷理論	半	3
(6) 服務業行銷與管理	半	3
(7) 品牌管理與策略	半	3
(8) 物流決策與行銷	半	3
(9) 電子商務與行銷	半	3
(10) 計量經濟學(二)	半	3
(11) 時間序列分析	半	3
(12) 管理科學	半	3
(13) 行銷模型	半	3
(14) 社會結構與行銷	半	3
(15) 產品策略與管理	半	3
(16) AI 與行銷分析	半	3
(17) 智慧科技行銷與發展	半	3
(18) 廣告與行銷傳播	半	3
(19) 整合行銷溝通(進階課程)	半	3
(20) 定價策略(進階課程)	半	3
(21) 質性研究法(運健所開課)	半	3
(22) 社會行銷	半	3
(23) 銷售管理(二)	半	3
(24) 行銷通路策略	半	3
(25) 全球運籌管理	半	3
(26) 模擬理論在社會科學之應用	半	3
(27) 流通管理專題	半	3
(28) 國際行銷管理	半	3
(29) 國際市場分析	半	3
(30) 貿易與行銷	半	3

科目名稱	全或半	學分
(31) 多元文化與行銷策略	半	3
(32) 策略行銷管理專題	半	3
(33) 當代英文論文寫作與簡報(進階課程)	半	3
(34) 永續發展資料科學-環境、經濟、管理、及健康之展望(進階課程)	半	3
(35) 社群網絡分析	半	3
(36) 行銷研究數據分析(一)(進階課程)	半	2
(37) 顧客關係管理(進階課程)	半	3
(38) 行銷與色彩心理學(進階課程)	半	3
(39) 迴歸分析(進階課程)	半	3
(40) 碩士論文	全	6
(41) 計量經濟學(一)(進階課程)	半	3
(42) 商情預測(進階課程)	半	3

◎備註：

- 1.本系最低應選修 24 學分。
- 2.以上選修科目來自課程規劃，可能未成班或停開。

系(所、學位學程)承辦人：

系所主管簽章：

114 年 12 月 23 日修訂