

G-33 行銷學系(所、學位學程) 114 學年度入學碩士班研究生畢業條件明細表

項 目						備 註	
一、修業年限： 1.最低修業年限：1 年 2.最高修業年限：4 年（不包括休學年限 2 年）						在職生得延長修業年限一年	
二、應修最低畢業總學分數（不含體育及國防教育課程學分）共 <u>42</u> 學分，包括下列兩項： 1.學 科：必修最低 <u>12</u> 學分、選修最低 <u>24</u> 學分 2.畢業論文： <u>6</u> 學分						研究生學業及操行成績均以 70 分為及格。操行成績不及格者，予以退學。 學業平均成績佔畢業成績 50% ※必修+選修+畢業論文=最低畢業總學分。	
三、抵免學分：最高 <u>12</u> 學分						依本校抵免學分辦法，並應於入學當學期註冊日起兩週內申請抵免。	
四、選修大學部相關課程計入研究所畢業學分，最多 <u>3</u> 學分						本校學生選課辦法規定：研究生因課業需要，除本系（所）基本應修學分外，經本系（所）主任（所長）與指導教授及開設課程學系主任之同意，報經教務長核可後，得選修大學部相關課程，並於修習通過後計入畢業學分，但以 6 學分為限。惟碩士生修習本校「課程規劃與開授準則」所規範之進階課程，計入畢業學分數以十二學分為限。	
五、承認外系（所）學分：最多 <u>9</u> 學分						含校際選課學分	
六、必修科目及學分數：共 <u>12</u> 學分						院級必修課程超修則計入本系選修學分。 必修科目不及格應予重修。 必修科目未修滿不得畢業。	
院級必修課程			系級必修課程				
科目名稱	學分數	備註	科目名稱	學分數			
1. 策略管理	3	6 門課程至少修習 2 門，其中「行銷管理」為必選。	1. 多變量分析	3			
2. 人力資源管理	3		2. 行銷研究(二)	3			
3. 營運管理	3						
4. 資訊管理	3						
5. 財務管理	3						
6. 行銷管理	3						
七、系所指定應補修大學部基礎科目（不計入畢業學分）：共 _____ 學分 1. 2. 3.						本校研究所碩士班章程規定，研究生應補修之大學部基礎課程，由系主任（所長）及指導教授決定之，但補修及格後，不計入畢業學分。未補修及格前，不得參加學位考試。	
八、碩士學位考試（論文考試）： 1.研究生入學第一學年結束前，應商請指導教授。 2.研究生須於申請論文考試前取得學術倫理教育修課證明。 3.研究生修完最低修業年限且修畢規定課程及學分，並完成研究論文初稿者，得於當學期完成註冊選課後，於預定舉行論文考試日期至少二十天前，提出論文考試申請。論文考試成績以 70 分為及格。						論文考試成績佔畢業成績 50% <u>研究生得透過臺灣學術倫理教育資源中心網站自我學習，並通過總測驗取得修課證明。</u> 論文不及格而修業年限未屆滿者，得於次學年或次學期申請重考一次，重考仍不及格者，予以退學。重考及格者之成績，概以 70 分計算。	
九、其 他： 英文能力畢業標準： <u>無</u>							

※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(114 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 (原應用行銷資料解析)	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