

行銷管理系行銷專業學程計畫書

94.08.10 第一次系課程會議修訂

960724 第3次課程會議修訂 960725 院課程會議通過 961017 校課程會議通過

一、輔系(學程)名稱:行銷管理專業學程

二、開設輔系(學程)目的:培養本校非行銷管理系學生行銷管理專業能力

三、修讀對象與條件:本校非行銷管理系四技與二技學生

四、開課單位:行銷管理系

五、負責單位:行銷管理系

六、課程內容:

科目名稱	修別 (必修/選修)	學分 數	時數	課程說明	開課單位	先修課程
經濟學	必修	2	2	價格理論、生產理論、廠商理論、國民所得、所得理論	國際企業系	
管理學	必修	2	2	社會責任與管理倫理、規劃、組織、領導、控制	行銷管理系	
健康產業管理學	必修	2	2	健康產業概況簡介、健康產業管理倫理、規劃、組織、領導與控制	行銷管理系	
行銷管理	必修	3	3	行銷環境與資訊、市場與定位、4P 策略、行銷執行與控制	行銷管理系	
消費者行為	必修	3	3	影響消費者行為的因素與過程、消費者決策過程	行銷管理系	
電子商務	必修	3	3	電子商務技術架構簡述、B2B 與 B2C 電子商務概述、網路商業與經營模式、創業投資與育成中心、策略聯盟與購併、網路企業評價與智慧財產權、網路行銷簡介、電子商務技術簡介、供應鏈簡介、客戶關係管理簡介	資訊管理系	
網路行銷	選修	3	3	網路行銷概念、規劃、研究與行銷策略組合	行銷管理系	行銷管理
行銷企劃實務	選修	3	3	基本企劃書撰寫介紹、思考方式、當代行銷管理思潮研討,如網路行銷、客戶關係管理、善因行銷,以及策略行銷理論等之運用。	行銷管理系	行銷管理
客戶關係管理	選修	3	3	介紹顧客服務及關係管理的概念、發展趨勢與企業策略,以及企業關鍵成功要素。	行銷管理系	
合計		22	22			

註:1. 上表之課程至少須修滿 15 學分,始可取得學程修讀證明。2. 上表之部分課程若已修習,可將其計入此學程之總修習學分。3. 申請者應於各學期開學前,向原主修學系提出學程申請書及在校全部成績單,送本系審查。

七、預期能力:具備行銷管理的觀念與專業技術