

## 行銷管理系輔系修習科目與學分

94.08.10 系課程會議通過 9411  
95.01.03 系課程會議通過 9413  
95.05.24 系課程會議通過 9423  
95.7.13 校教務會議通過  
96.07.24 系課程會議通過 9523  
96.07.25 院課程會議通過  
96.10.17 校課程會議通過  
99.08.30 系課程會議通過 9911  
100.03.07 系課程會議通過 9921  
111.10.07 系務會議通過  
112.02.06 系課程會議通過  
112.03.09 院課程會議通過  
112.03.15 校課程會議通過

科目名稱	學分數	時數	課程說明	開課單位	先修課程
經濟學	3	3	價格理論、生產理論、廠商理論、國民所得、所得理論	行銷管理系	
管理學	3	3	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	3	3	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	
企業倫理	3	3	聊解企業倫理、倫理決策、非營利組織的倫理議題、服務倫理	行銷管理系	
消費者行為	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	
通路管理	3	3	了解行銷通路之架構，通路設計及策略發展與	行銷管理系	行銷管理
整合性行銷傳播	3	3	廣告與行銷的關係、廣告計畫與策略	行銷管理系	行銷管理
行銷管理	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	
<b>研究方法</b>	2	2	行銷研究基本概念、方法，量化研究之問卷與量表的編製、資料整理與分析、撰寫報告	行銷管理系	行銷管理
電子商務	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	行銷管理系	
顧客關係管理	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	
<b>品牌管理</b>	3	3	介紹品牌管理之基本觀念、理論、演變、技術及最近實務之發展。主要內容包括：品牌定位、品牌價值、品牌權益、品牌績效、品牌延伸及品牌組合管理等。	行銷管理系	行銷管理
產品發展與管理	3	3	全面性地探討在產品研發過程中更充分利用產能、提升生產效率並降低成本的可能性。	行銷管理系	行銷管理
價格策略與管理	3	3	價格理論、價格策略與不同情境下有效之定價策略。	行銷管理系	行銷管理
合 計	41	41			

註：

1. 上表之課程至少須修滿 20 學分，始可取得輔系修讀證明。
2. 輔系學分應在系規定最低畢業學分數以外加修之。
3. 申請者應於本校新學期開學前，向主系提出輔系申請書及在校歷年成績單，送本系審查。