

學程描述：

商業行銷決策微學程以做中學及問題導向專案教學為核心，培養學生由行銷企劃書規劃撰寫至實務執行的整體能力。課程內容涵蓋產業市場與內外部環境分析、STP 市場區隔、目標市場選擇與定位策略，以及 4P（產品、定價、通路與推廣）之整合應用，作為行銷基礎能力之訓練。

進階之行銷研究調查課程，著重於初級與次級資料之應用，透過實際企業個案訓練學生進行市場研究、目標市場鎖定及行銷數據分析，以協助企業決策並降低經營風險。

應用課程結合行銷策略與個案分析，培養學生行銷企劃與執行之實務能力，強化系統性與邏輯性思考，並透過規劃、執行與考核流程提升執行成效，同時整合產品、定價、虛實通路及數位推廣等行銷能力。

本微學程以行銷策略思維與企劃執行實務為核心，培育符合未來職場所需之人才，包括行銷企劃、專案企劃、電商或社群行銷（數據分析）、品牌行銷與設計等相關職能。

課程組合：

必選修	課程編碼	科目名稱	學分	課程群/分類
選修	MKT3011	銷售推廣學	3	1.基礎
選修	MKT3010	行銷研究與田野調查	3	2.進階
選修	MKT4060	行銷企劃與實戰	3	2.進階
選修	MKT2051	行銷策略與個案分析	3	3.應用

取得資格總學分： 9

必修學分數： 0

選修學分數： 9

對應產業類別：

G00	批發及零售業
M73	廣告業及市場研究業
S96	未分類其他服務業
G47	零售業

學程修課規則：

一、修讀對象：本校學士班、進修學士班學生，不開放碩士班以上學生申請。

二、先備知識：行銷管理

三、修課規定：基礎、進階、應用3類元素需各選修1門，每個類型至少修習1門。

四、學生修滿規定之科目學分者，得依逢甲大學微學程暨微學程設置要點第七點規定，經本微學程審查修畢學分確認後，由學校發給微學程證明書。

管理單位：商學院 / 行銷學系