

服務創新與顧客體驗，微學程(9學分)

BUS-U-MP-015

配當年：115學年度

學程描述：

旨在培養學生以顧客價值為核心，整合行銷管理與服務創新思維，回應當代企業由產品導向轉向服務導向與顧客導向的經營趨勢，協助學生理解企業如何透過顧客洞察與服務系統規劃，創造長期競爭優勢。再者，本微學程強調服務創新並非單一部門或產業的職能，而是一種跨行銷、營運與策略的整合性管理能力，引導學生從顧客需求出發，系統性思考服務流程與市場競爭定位，培養具備顧客導向與創新思維的商管專業人才。

課程組合：

必選修	課程編碼	科目名稱	學分	課程群/分類
必修	MGT2020	行銷管理	3	1.基礎
選修	MGT1033	服務科學與創新	3	2.進階
選修	MGT3026	顧客關係管理	3	2.進階
選修	MGT3071	企業資源規劃-配銷模組	3	2.進階
選修	MGT4042	創新管理	3	2.進階
選修	MGT7018	消費者行為洞察	3	2.進階
選修	MGT4007	綠色企業與創業	3	3.應用

取得資格總學分： 9

必修學分數： 3

選修學分數： 6

對應產業類別：

K64	金融服務業
K65	保險業
J62	電腦程式設計、諮詢及相關服務業
J63	資訊服務業
G00	批發及零售業

學程修課規則：

一、修讀對象/先備知識

1. 本校學士班學生，不開放碩士班以上學生申請。
2. 具備商學基礎課程之學生。

二、取得微學程的修業規定

(一)取得微學程之最低學分數：9學分

學生需修習一門必修課程(共三學分)，以及選修課程五門中自選二門課進行修習，以完成微學程的修習。

(二)承認微學程之科目學分

1. 科目名稱或內容相同者，承認學分數不得重複計算。
2. 修習之科目實際學分數超過微學程承認學分數，則以承認學分數計算。如實際學分數低於微學程承認學分數，則以實際學分數計算。
3. 未列入本微學程課程規劃表內之科目，學生得持課程內容證明申請採計學分，經「企業管理學系微學程工作小組」審議通過後，採認為本微學程之科目學分。

(三)學生修滿規定之科目學分者，得依逢甲大學跨領域學程設置要點第7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。

三、對接專長/能力：

具備品牌企畫、新產品開發與產品專案管理相關證照，強化在市場分析、品牌定位、產品創新與專案執行等面向具有整合性專業能力，能從消費者洞察出發，將產品構想有效轉化為具市場競爭力之品牌與產品方案，並兼顧策略規劃與實務執行。

四、對接產業：

1. 對接產業類別：顧客導向高度關鍵之服務產業，如金融服務業(銀行、保險、FinTech)，電信與平台型服務企業，零售、連鎖與物流服務業
2. 職業名稱：行銷企劃／顧客關係管理(CRM)企劃，服務企劃／產品與服務企劃，顧客體驗(CX)與服務流程管理
3. 可取得證照：iPAS品牌企畫師(iPAS經濟部產業人才)、企業資源規劃-配銷模組(中華企業資源規劃學會(ERP學會))

五、設置理由

本學程以顧客導向與創新管理為核心，回應數位服務與平台經濟發展趨勢，培育具備市場分析、顧客關係管理與產品創新整合能力之人才；同時對接企業對消費者洞察、品牌企劃與數位營運能力之需求，並補足行銷與資訊應用分立之缺口，強化學生之實務應用能力與就業競爭力。

管理單位：商學院 / 企業管理學系