

行銷學，第二主修(42學分)

MKT-U-PM-001

配當年：115學年度

學程描述：

行銷第二主修課程聚焦於培養學生在行銷與創意領域的整合實務能力，涵蓋行銷管理、品牌策略、消費者行為、數位行銷、產品與定價設計等核心主題。課程透過專題實作、跨域協作與實習導向學習活動，強調創意思維、實務操作與策略整合。學生將在真實或模擬商業情境中進行行銷規劃與創意執行，深化品牌經營、互動設計與服務創新等關鍵職能。修畢後，學生具備跨領域整合與問題解決能力，能勝任品牌企劃、數位行銷、廣告策略、產品開發等職位，提升職場競爭力，亦具備創業構想與行動力，拓展多元職涯路徑。

課程組合：

必選修	課程編碼	科目名稱	學分	課程群/分類
必修	MKT1010	美學與產品創意	3	1.基礎
必修	MKT2020	品牌與時尚學	3	1.基礎
必修	MKT2023	產品設計與定價策略	3	1.基礎
必修	MKT1020	行銷管理	3	1.基礎/
必修	MKT2011	零售與通路經營	3	2.進階
必修	MKT3020	消費者行為	3	2.進階
必修	MKT3022	網路行銷與品牌發展	3	2.進階
必修	MKT2012	廣告與行銷溝通	3	3.應用
必修	MKT2031	創意學	3	3.應用
必修	MKT3012	服務業行銷	3	3.應用
必修	MKT3013	互動設計與參與式行銷	3	3.應用
必修	MKT4011	品牌關係經營實務專題	3	3.應用

取得資格總學分： 42

必修學分數： 36

選修學分數： 6

對應產業類別：**學程修課規則：****一、選讀對象**

- (一)本校學士班學生，不開放碩士班以上學生申請。
- (二)需先修本系必修或專題課程平均達80分以上。

二、學程修業規定

- (一)取得學程最低學分數42學分。必修36學分、任選本系必修或選修科目6學分，完成42學分取得本學程。
- (二)學生修習課程經跨領域專長各負責單位審查後認列，同一科目不得重複認列於不同課程模組。
- (三)依本校逢甲學士班跨領域專長實施要點第七條，凡符合跨領域專長之修業規定者，其學位證書依主修領域授予學位，並加註第二主修專長領域名稱。

管理單位：商學院 / 行銷學系