

行銷，雙主修(42學分)

MKT-U-DD-001

配當年：115學年度

學程描述：

本系雙主修課程設計以「品牌創意與策略行銷」為核心主軸，整體規劃四十二學分，涵蓋基礎、進階及應用三大學習階段，協助外系學生有系統地建構完整之行銷專業能力。

課程安排循序漸進：前期課程著重行銷管理、美學創意等基礎知識；中期課程強化研究方法、消費者行為等分析能力；後期則整合實作導向課程，培養學生之策略思維與實務執行力。

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	MKT1020	行銷管理	3	1.基礎
必修	MKT1030	行銷意象工程	3	1.基礎
必修	MKT2023	產品設計與定價策略	3	1.基礎
必修	MKT3010	行銷研究與田野調查	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	MKT3051	品牌建立與內容行銷	3	2.進階
必修	MKT2012	廣告與行銷溝通	3	3.應用
必修	MKT2020	品牌與時尚學	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
選修	MKT2035	品牌與行銷文案設計	3	
選修	MKT2042	動態影像美學	3	

取得資格總學分： 42

必修學分數： 42

選修學分數： 0

對應產業類別：

學程修課規則：

一、修讀對象

適合對品牌行銷、產品企劃、數位內容與創意設計有興趣，同時培養行銷策略思維與實務操作能力的學生，並且學業平均成績至少70分以上之學生。

二、修業規定

14門課42學分為本系必修課程，全數修滿取得本系雙主修證明。

三、課程規劃理念

本系雙主修課程設計以「品牌創意與策略行銷」為核心主軸，規劃42學分涵蓋基礎、進階及應用三大階段。課程組合兼顧理論基礎與實務應用，強調由淺入深的學習脈絡，使外系學生能有系統地掌握行銷專業。前期課程著重行銷管理、美學創意等基礎知識；中期加強研究方法、消費者行為等分析能力；後期則整合實作課程，培養策略思維與執行力。本系特別為不同背景學生設計彈性修課路徑，商管背景學生可直接接軌專業課程，非商管背景學生則由導師提供客製化學習輔導。透過「雙主修交流工作坊」促進跨域學生互動，創造跨領域整合的獨特價值，培育兼具專業深度與跨域視野的人才。

管理單位：商學院 / 行銷學系