

管理學院博士班 課程結構規劃表〈102 學年度入學學生適用〉

年級		一				二			
學期		上		下		上		下	
必修課程		<u>學術與實務講座〈一〉</u>	<u>1</u>	<u>學術與實務講座〈二〉</u>	<u>1</u>	論文	6	論文	6
		企業研究方法	3			論文寫作	3		
共同選修		<u>產業分析與策略管理</u>	<u>3</u>	多變量分析	3				
領域選修	運籌	供應鏈管理專題	3	演算法	3	運輸系統分析	3	策略分析	3
		最佳化分析	3					物流網路規劃	3
								產業電子化與電子商務	3
	資訊	決策理論專題	3	高等資料管理專題	3	高等資訊系統專題	3	資訊科技專題	3
		資訊管理系統專題	3					資訊系統與組織專題	3
		創新與科技管理專題	3					<u>電子商務專題</u>	
	行銷	行銷理論	3	行銷管理專題	3	顧客關係管理專題	3	策略管理專題	3
		流通管理專題	3	消費者行為專題	3			零售管理專題	3

備註：

1. 總畢業學分數至少42學分〈含論文6學分〉。
2. 本組各領域應規劃7門選修課程（21學分），學生至少需選修本領域6門課（18學分），跨本組其他領域選修3門課（9學分，各領域至少1門課）。
3. 行銷領域學生未修過碩士班「行銷管理專題」課程者，須於行銷系碩士班補修完畢，始得選修博士班「行銷管理專題」；未修過碩士班「消費者行為專題」課程者，須於行銷系碩士班補修完畢，始得選修博士班「消費者行為專題」，於行銷系碩士班補修之課程，均不計入畢業學分數。

修改日期：102年4月