

國立臺北科技大學經營管理系碩士班課程科目表

壹、必修科目

貳、選修科目(表列選修課程得依實際情況開設)

109.08.01

上 學 期		下 學 期		上 學 期		下 學 期	
科目名稱	學分(時數)	科目名稱	學分(時數)	科目名稱	學分(時數)	科目名稱	學分(時數)
書報討論	1 (2)	企業倫理	1 (2)	組織與策略管理組(選三門)		組織與策略管理組(選三門)	
論文	3	論文	3	組織理論與管理□	3	任用管理□	3
共同管理必修(八選三)	學分(時數)	共同管理必修(八選三)	學分(時數)	產業競爭分析□	3	知識經濟管理研討□	3
行銷管理◇	3	資訊管理◇	3	組織變革管理□	3	組織行為□	3
財務管理◇	3	策略管理◇	3	激勵與領導理論□	3	訓練與發展□	3
人力資源管理◇	3	管理會計◇	3	勞資關係與勞動法規□	3	薪資管理□	3
作業管理◇	3	創業管理◇	3	管理經濟學□	3	績效管理□	3
分析方法		分析方法		國際企業管理□	3	領導與組織管理□	3
管理科學◆	3	研究方法◆	3	服務與科技管理組(選三門)		服務與科技管理組(選三門)	
多變量分析◆	3			電子商務●	3	計量管理與決策●	3
合 計	20 學分			資料探勘與商業智慧●	3	專案管理●	3
貳、選修科目(表列選修課程得依實際情況開設)				產業策略與分析●	3	管理績效評估●	3
行銷管理組(選三門)		行銷管理組(選三門)		數位企業與營運模式●	3	客戶關係管理●	3
消費者行為◎	3	服務行銷與管理◎	3	科技與創新服務●	3	服務設計●	3
創意與創新管理事業化◎	3	促銷與廣告策略◎	3	大數據分析●	3	雲端服務專題研討●	3
全球品牌管理◎	3	策略行銷◎	3	經營模式與科技創新●	3	製造服務化研討●	3
國際市場行銷策略◎	3	流通經營管理◎	3	經營模式與智慧化企業●	3	企業個案研討與撰寫●	3
互動行銷◎	3	行銷通路管理◎	3	科技與服務創新●	3	互聯網專題研討●	3
服務行銷◎	3	行銷決策分析◎	3	深度學習與商情預測●	3	投資實務●	3
國際行銷管理◎	3	行銷研究◎	3	創新與服務設計專題●	3		
		整合行銷溝通◎	3	一般專業選修		一般專業選修	
財務管理組(選三門)		財務管理組(選三門)		微型創業實戰	3	產業趨勢及市場前瞻○	2
財金專題研討■	3	合併與購併■	3	校外實務研究○	3 (18)	解題學會計(二)○	3
財務專題分析■	3	國際財務會計■	3	管理英文○	3	國際貿易實務與關係解析(二)○	3
公司治理■	3	會計資訊系統■	3	企業智能化營運實務與應用○	3		
盈餘管理■	3	金融機構與市場■	3	解題學會計(一)○	3		
衍生性金融商品■	3	風險管理■	3	國際貿易實務與關係解析(一)○	3		
總體經濟分析■	3	財金計量模型分析■	3	投資決策方法與交易技巧○	2		
		行為財務學■	3	創新者的DNA	2		
		公司行為財務■	3				
		企業經營效率模型分析■	3				
備	1. 最低畢業學分：44學分。 2. 專業選修24學分，主要分為行銷管理組、財務管理組、組織與策略管理組、服務與科技管理四組，學生從四組中任一組並從中挑選三門課為分組專業選修，其餘各組則須各修習一門課程。 3. 專業必修學分數共20學分：含共同管理必修(八選三)9學分，分析方法(三選一)3學分，碩士論文6學分，書報討論1學分，企業倫理1學分。 4. 跨系所選修上限9學分。 5. 課程分類圖示：◇共同管理必修；◆分析方法；◎行銷管理組；■財務管理組；□組織與策略管理組；●服務與科技管理組；○一般專業選修 6. 本系碩士班境外生向系上申請通過後，修習管理外國學生專班(IMBA)、國際金融科技專班(IMFI)之專業課程，學分亦予以承認，但修習辦法須合乎本系碩士班之規定。 7. 研究生畢業須符合校訂英語能力畢業門檻標準(系所如另訂更高之英語能力畢業門檻標準，則須符合系所規定)，英語能力畢業門檻相關規定請至系(所)網頁查詢。 8. 本課程科目表適用於109學年度入學新生。						
註							