

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			
上 學 期		下 學 期	
科目名稱	學分(時數)	科目名稱	學分(時數)
書報討論	1(2)	企業倫理與永續管理	2
論文	3	論文	3
研究方法	3(3)		
貳、模組選修科目			
上 學 期		下 學 期	
科目名稱	學分(時數)	科目名稱	學分(時數)
資訊科技與競爭優勢◎	3(3)	社群媒體與互動行銷◎	3(3)
網路行銷研究與資料分析◎	3(3)	國際廣告與媒體策略◎	3(3)
管理決策模型■	3(3)	資料科學與視覺化◎	3(3)
資料探勘與商業智慧■	3(3)	計量管理與決策■	3(3)
多變量分析■	3(3)	深度學習與商情預測■	3(3)
公司治理△	3(3)	客戶關係管理■	3(3)
財務管理△	3(3)	管理會計△	3(3)
總體經濟分析△	3(3)	合併與購併△	3(3)
組織行為◆	3(3)	創業與商業計畫△	3(3)
組織理論與管理◆	3(3)	人力資源管理◆	3(3)
策略管理◆	3(3)	國際企業管理◆	3(3)
全球供應鏈管理◆	3(3)	創新與服務設計專題○	3(3)
資訊管理○	3(3)	研發管理○	3(3)
人工智慧、企業與社會○	3(3)	創業、科技與社會○	3(3)
科技與創新管理○	3(3)	數位轉型與創新商業模式○	3(3)
		電子商務◎○	3(3)
參、一般選修科目			
企業智能化營運實務與應用●	3(3)	產業個案研討●	3(3)
校外實務研究●	3(18)	企業優質人才學用培育課程●	3(3)
管理英文●	3(3)	商用數據程式分析●	3(3)
SQL 數據分析與商業智能●	3(3)		
企業經營效率分析實作●	1(1)		

備註：

1. 最低畢業學分：44 學分。
2. 專業必修學分數共 12 學分：含研究方法 3 學分，碩士論文 6 學分，書報討論 1 學分，企業倫理與永續管理 2 學分。
3. 模組課程（專業選修）12 學分：主要分為數位行銷與分析模組、商業決策分析模組、公司理財模組、全球運籌與組織管理模組、數位轉型與創新管理模組，學生依本系研究所模組選課辦法，從五組中挑選一組為主修模組，修讀完模組內至少四門課程（任選）。

4. 其他專業選修 20 學分：主修模組應修課程以外之專業選修課程。
5. 跨系所選修上限 9 學分。
6. 先修課程：本系碩士班學生在大學部或五專四、五年級未曾修過經濟學、統計學、會計學等相關課程者應至本校或他校研究所或大學部補修上述領域之相關課程且修讀成績及格，並於畢業前持成績單至系辦審核，先修課程不計入本系碩士班畢業學分中。如為入學前修習，入學時依系上規定時間繳交修課狀況調查表及大學部成績單正本以資證明。
7. 課程分類圖示：◎數位行銷與分析模組；■商業決策分析模組；△公司理財模組；◆全球運籌與組織管理模組；○數位轉型與創新管理模組；●一般專業選修
8. 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。
9. 本課程科目表適用於 112 學年度入學新生。

附表：模組課程

模組	數位行銷與分析	商業決策分析	公司理財	全球運籌與組織管理	數位轉型與創新管理
模組課程	網路行銷研究與資料分析◎	資料探勘與商業智慧■	總體經濟分析△	國際企業管理◆	創新與服務設計專題○
	國際廣告與媒體策略◎	多變量分析■	管理會計△	組織行為◆	數位轉型與創新商業模式○
	社群媒體與互動行銷◎	管理決策模型■	財務管理△	組織理論與管理◆	科技與創新管理○
	電子商務◎	計量管理與決策■	公司治理△	人力資源管理◆	人工智慧、企業與社會○
	資料科學與視覺化◎	客戶關係管理■	合併與購併△	全球供應鏈管理◆	資訊管理○
	資訊科技與競爭優勢◎	深度學習與商情預測■	創業與商業計畫△	策略管理◆	電子商務○
					創業、科技與社會○
					研發管理○