

# 111 學年度都會產業經營與行銷學系碩士班課程手冊架構

## 一、本系簡介

本系碩士班發展方向，係基於行銷服務能力與數位分析能力兩大主軸，加以整合與深化，並透過城市發展、地方創生、產業永續經營等實務問題，提供多方面研究議題賦予學生學習能力。因此，碩士班人才的訓練將基於以下幾個重點原則：

### (一) 打造新世代行銷能力

由於新興服務模式促使跨業跨域人才需求增加，本系碩士班期待藉由以人為中心的思維，教導學生學習利用新媒體進行產品企劃開發與行銷企劃，以打造新世代行銷能力。

### (二) 培育跨業跨域行銷能力

D.School 跨領域創新為世界發展趨勢，本系碩士班預計將創新設計思考的實務方法整合不同領域，特別是在城市發展與地方創生的現實挑戰面向，期待創造能夠使之交流與相互激盪的學習環境，以培養具備跨業跨域行銷能力的行銷人才。

### (三) 提升國際移動行銷能力

有鑑於國際競爭環境日益險峻，加上國內經濟發展受限於缺乏天然資源之海島經濟，本系碩士班將培育學生具備國際移動行銷能力，以滿足企業內部的人才需求，並藉此達到企業永續經營的目標。

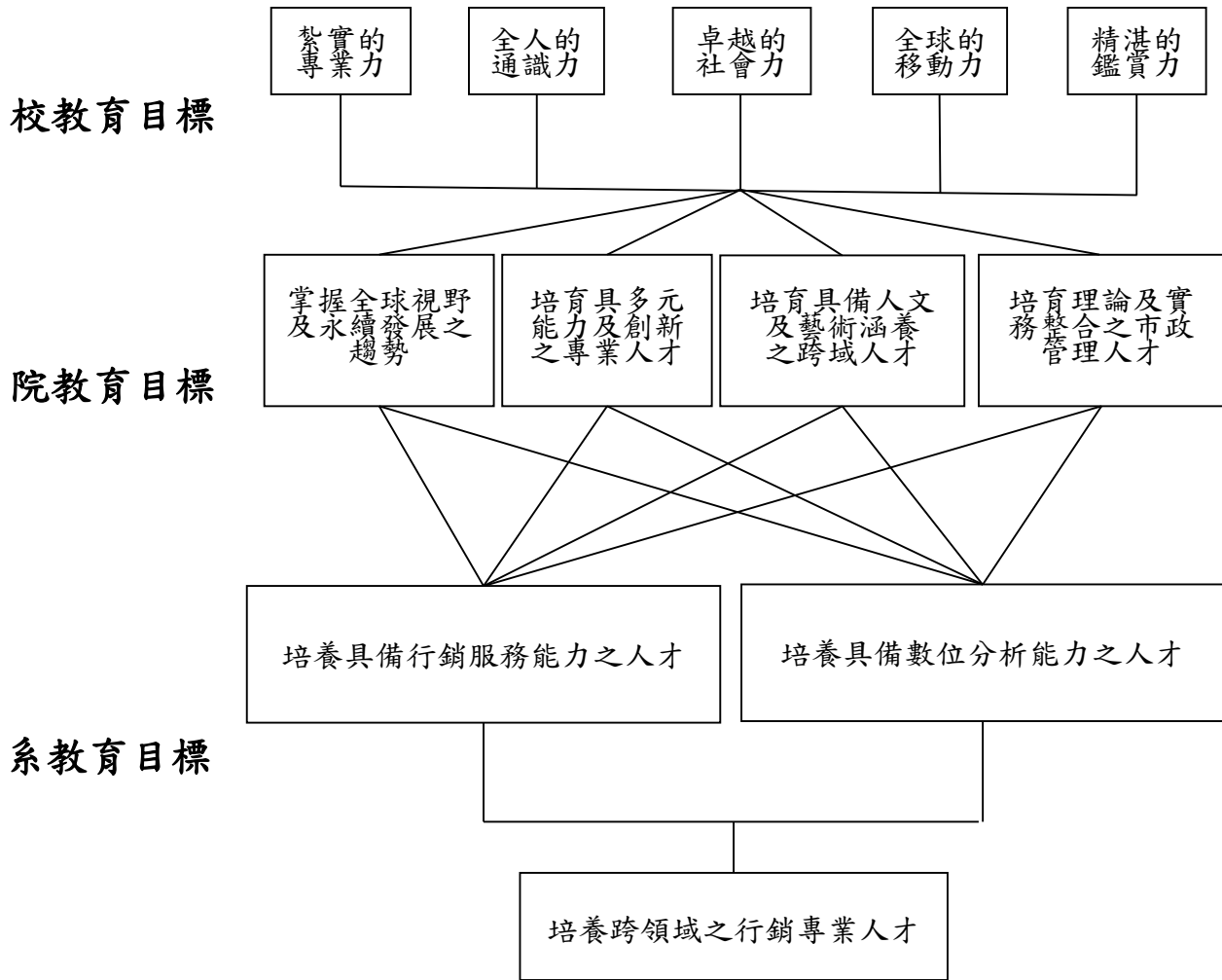
在面臨新型態服務倍速翻轉的時代，我們所規劃的行銷研究所課程，將有助於實務人才培育。我們期待培育出的畢業生能夠運用所學，應用到現實世界去解決複雜的市場行銷難題。

## 二、教育目標

### (一) 本系(所)教育目標

1. 培養具備行銷服務能力之人才。
2. 培養具備數位分析能力之人才。
3. 培養跨領域之行銷專業人才。

(二) 本系(所)教育目標與院、校教育目標之關聯圖



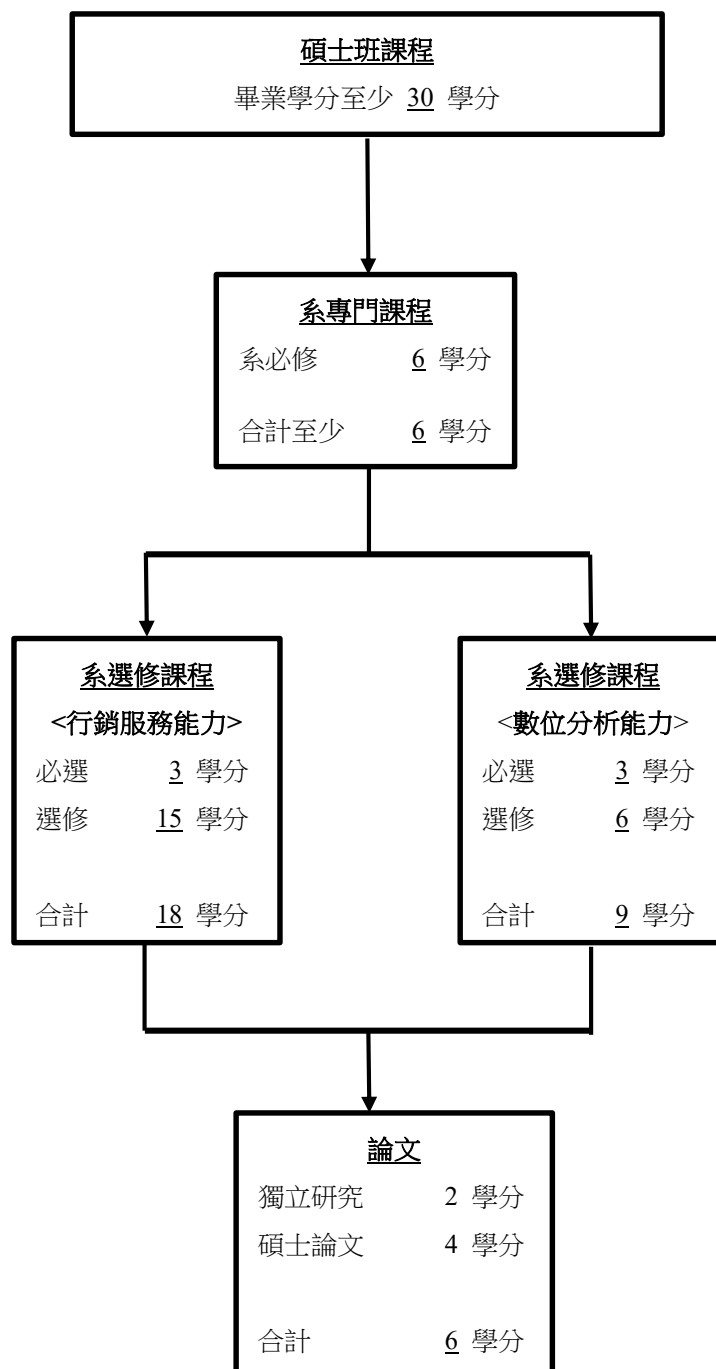
### 三、課程規劃

#### (一) 本系(所)核心能力

1. 藉由課程之設計，能具備跨域之專業能力與知識。
2. 能做到理論到實務之縱向垂直整合，藉以解決問題與思考。
3. 能具社會責任感，將所學結合實務關心地方，並做到地方參與及學用合一。

#### (二) 課程架構

##### 1. 課程架構圖

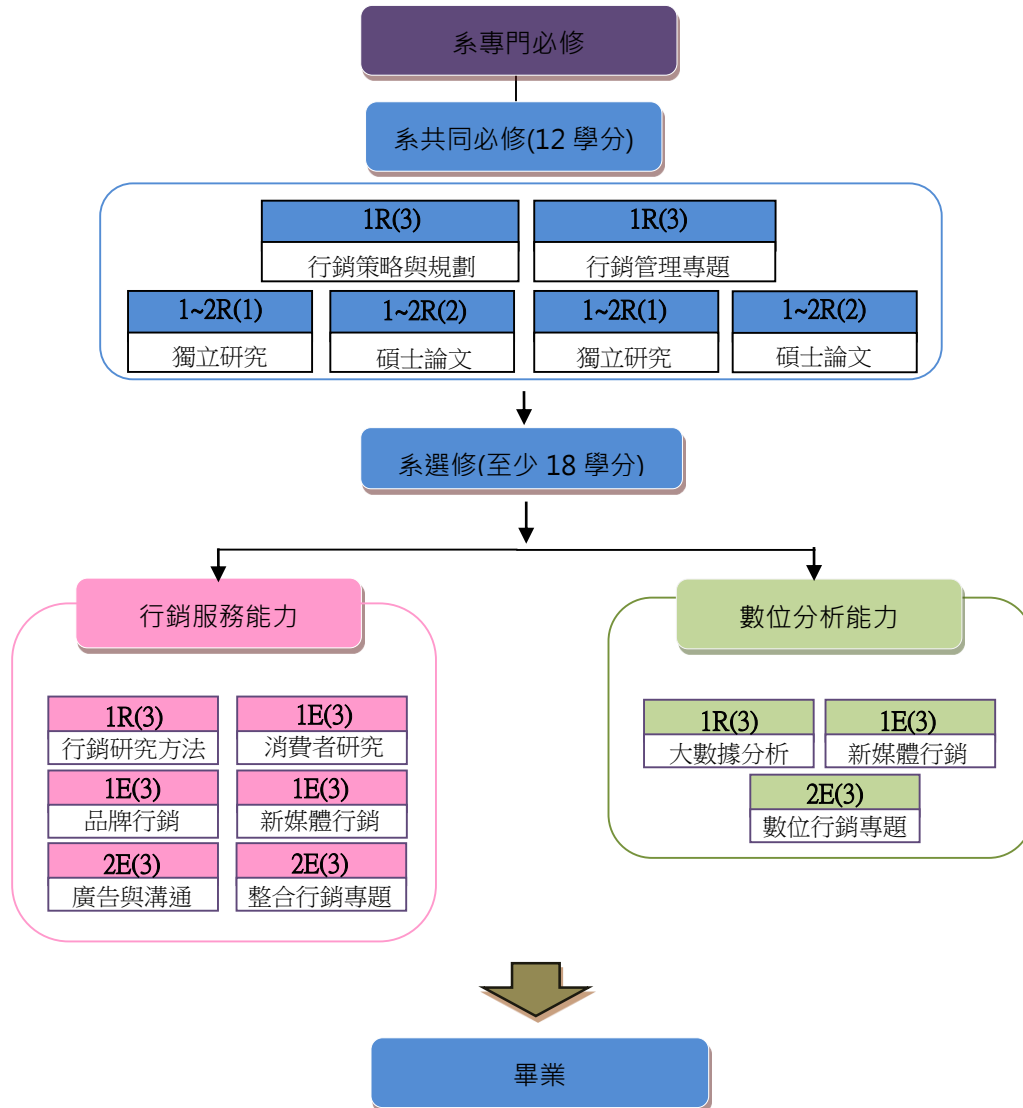


## 2.學分規畫表

課程類別	系專門課程	總計
必修	12 學分	12 學分
選修	18 學分	18 學分
合計	30 學分	30 學分

## 3.課程模組表

臺北市立大學都會產業經營與行銷學系 碩士班課程地圖(畢業：至少 30 學分)



#### 4.修課須知

- 1) 本碩士班課程強調學術研究與專業能力並重，應完成碩士論文且修畢 30 學分始准畢業；其中必修 12 學分，選修 18 學分。
- 2) 選修課程依專業領域分為行銷服務能力領域及數位分析能力領域，合計選修課程至少 18 學分。
- 3) 碩士班研究生於申請學位考試之前，應先完成：
  - a. 碩士論文，其中包含論文計畫發表以及論文計畫口試。
  - b. 上網自學「學術研究倫理教育課程」，並通過線上課程測驗達及格標準，以取得修課證明。

#### 四、必修科目(共 12 學分)

年級	科目中文名稱	科目英文名稱	開課學期			
			學分		時數	
			一	二	一	二
一	行銷策略與規劃	Marketing Strategy and Planning	3	0	3	0
	行銷管理專題	Seminar of Marketing	0	3	0	3
一~二	獨立研究	Independent Study	1	1	0	0
	碩士論文	Master's Thesis	2	2	0	0

#### 五、選修科目(至少 18 學分)

年級	科目中文名稱	科目英文名稱	學分	時數
一	行銷研究方法	Advanced Marketing Research	3	3
	大數據分析	Big Data Analysis	3	3
	消費者研究	Consumer Research	3	3
	新媒體行銷	New Media Marketing	3	3
	品牌行銷	Brand Marketing	3	3
二	廣告與溝通	Advertising and Communications	3	3

年級	科目中文名稱	科目英文名稱	學分	時數
	數位行銷專題	Digital Marketing	3	3
	整合行銷專題	Integrated Marketing	3	3

單位主管核章