

# 商學系課程結構圖

圖；商學系課程結構圖

如表 1；商學系課程結構圖的讀圖解說

如表 2；商學系課程設計與規劃原理之說明

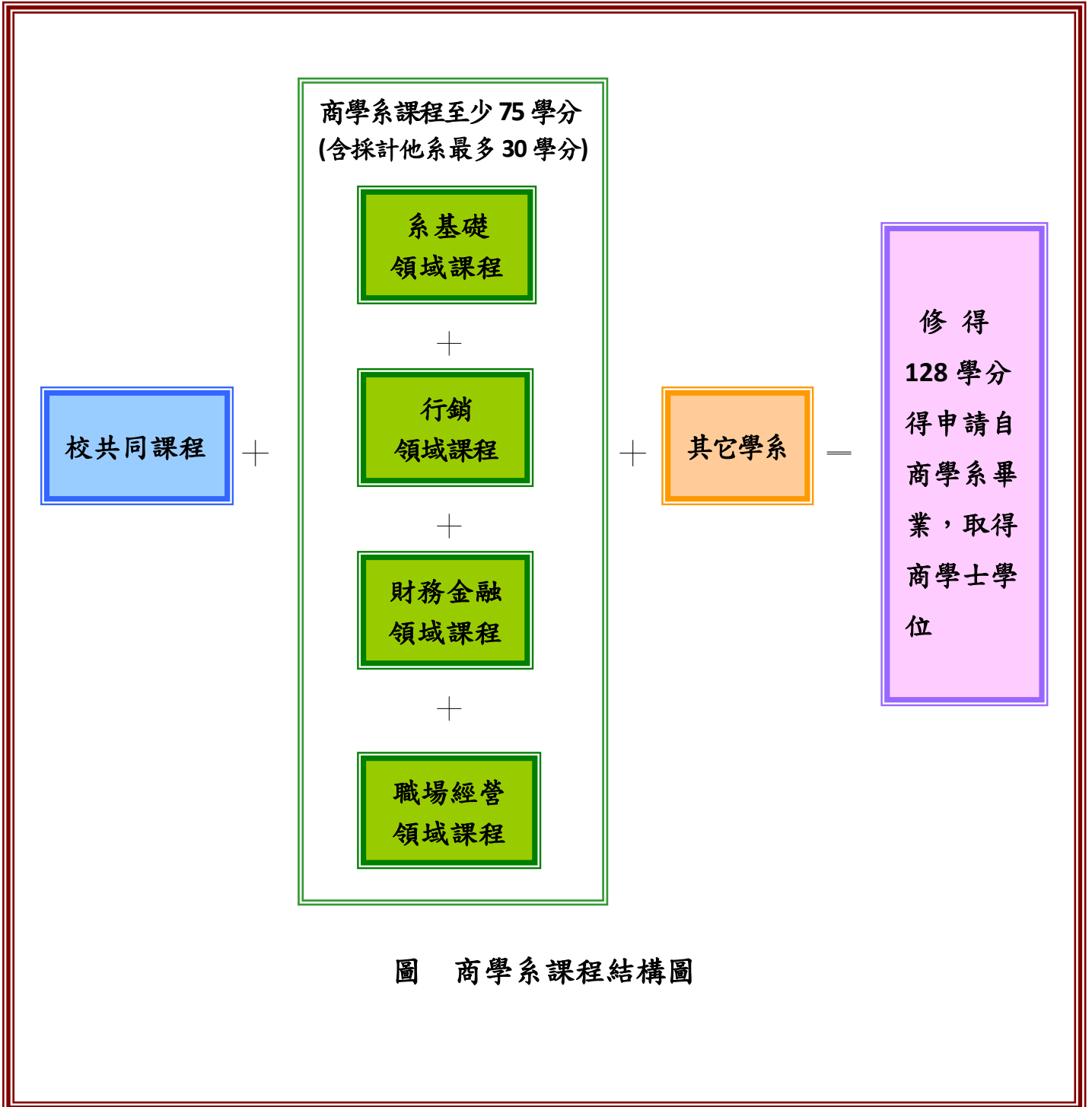


圖 商學系課程結構圖

表 1 商學系課程結構圖讀圖解說

| 圖 別      | 讀 圖 說 明   |
|----------|---|
| 商學系課程結構圖 | <p>1.左邊方形圖塊為「校共同課程」，102 學年度(含)之後的入學新生，依學校規定必須修滿 26 學分。</p> <p>2.中間方形圖塊為「商學系課程」，又細分為「系基礎領域」、「行銷領域」、「財務金融領域」與「職場經營領域」等四大領域，選擇二個以上領域修讀，本項本系課程至少需修得 75 學分(含採計他系最多 30 學分)。</p> <p>3.右邊方形圖塊為「其它」，意指學生在選定特定領域修讀後，可再選讀本系所開其它課程，或亦可選讀其他學系所開設之課程，本項至少需修得 27 學分。</p> <p>4.最後方形圖塊為「畢業總學分」，以上三大方形圖塊之課程總計修得 128 學分，始取得商學學士學位。</p> |

表 2 商學系課程設計與規劃原理

| 領域教學目標   | 規劃原理                             | 領域名稱         | 課程名稱  |
|--|----------------------------------|--------------|---|
| <p>有系統地傳授商業經營所需的基礎知能，使同學能具備經濟分析能力，及數理處理、運算、推論等能力，奠定繼續修讀專業領域的良好基礎。</p>                  | <p>以商業經營應具備的基礎專業知能，為課程設計的主軸。</p> | <p>系基礎領域</p> | <p>經濟學概要<br/>會計學概要<br/>會計學<br/>微積分<br/>個體經濟學<br/>總體經濟學<br/>統計學<br/>商用數學</p>   |
| <p>有系統地傳授行銷等專業知能，使同學不僅能領會行銷的理論與法則，更藉由實際個案介紹，幫助同學能學以致用，將行銷等專業知能應用在生活與工作上，提升個人職場競爭力。</p> | <p>以行銷、流通相關理論與實務，為課程設計的主軸。</p>   | <p>行銷領域</p>  | <p>文化行銷<br/>綠色行銷<br/>企業公共關係<br/>策略行銷分析<br/>品牌經營管理<br/>行銷學原理<br/>消費者行為<br/>國際行銷學<br/>文創行銷<br/>廣告學原理<br/>連鎖管理學<br/>流通管理學<br/>公共關係學<br/>行銷企劃<br/>整合行銷傳播<br/>金融服務行銷</p> |

|  |  |               |  |
|--|--|---------------|--|
| <p>有系統地傳授金融商品、投資等專業知能，使同學不僅能學會投資理財技能，更能將其應用在公司理財與家庭理財上，提升個人職場競爭力與專業證照考試能力。</p> | <p>以數量方法、金融商品及投資、公司理財與家庭理財，為課程設計的主軸。</p> | <p>財務金融領域</p> | <p>衍生性金融商品<br/>證券投資分析<br/>成本會計(100年新版)<br/>理財規劃與理財工具<br/>貨幣銀行學<br/>財務報表分析<br/>審計學<br/>金融市場常識與職業道德<br/>中國大陸稅法實務<br/>財務資訊與應用<br/>證券市場與交易實務<br/>不動產估價理論<br/>不動產法規<br/>不動產經濟學<br/>不動產投資分析<br/>不動產估價實務<br/>土地利用法規</p> |
| <p>有系統地傳授公司治理所需的專業知能，培養同學具備職場經營的管理能力、應變能力及處事能力，進而提升個人的職場競爭力。</p>               | <p>提升經營者的公司治理能力，及員工個人的職場技能，為課程設計的主軸。</p> | <p>職場經營領域</p> | <p>員工激勵與績效管理<br/>領導與團隊管理<br/>家族企業管理<br/>創意與創新管理<br/>顧客服務管理<br/>專案企劃之理論與實務<br/>個人行銷與形象管理<br/>人際關係與協商<br/>職場個人魅力管理<br/>商業簡報理論與實務<br/>連鎖經營實務<br/>銀髮族事業概論<br/>職場個人魅力經營<br/>時尚商品採購實務<br/>時尚經營管理</p>                   |