

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

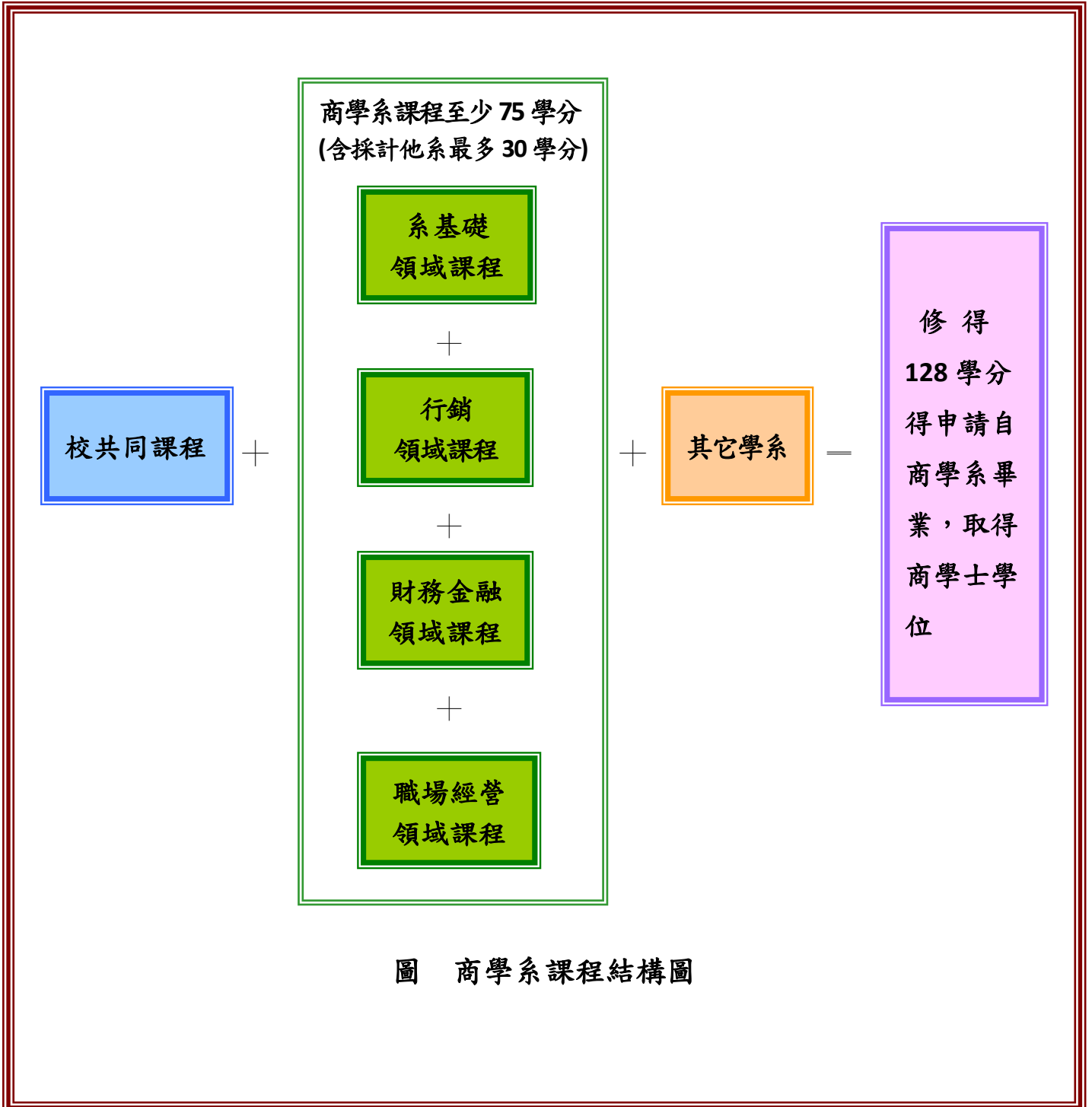


圖 商學系課程結構圖

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 會計學概要 會計學 微積分 個體經濟學 總體經濟學 統計學 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 綠色行銷 企業公共關係 策略行銷分析 品牌經營管理 行銷學原理 消費者行為 國際行銷學 文創行銷 廣告學原理 連鎖管理學 流通管理學 公共關係學 行銷企劃 整合行銷傳播 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 證券投資分析 成本會計(100年新版) 理財規劃與理財工具 貨幣銀行學 財務報表分析 金融市場常識與職業道德 中國大陸稅法實務 財務資訊與應用 證券市場與交易實務 不動產估價理論 不動產法規 不動產經濟學 不動產投資分析 不動產估價實務 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 領導與團隊管理 家族企業管理 創意與創新管理 顧客服務管理 專案企劃之理論與實務 個人行銷與形象管理 人際關係與協商 職場個人魅力管理 商業簡報理論與實務 連鎖經營實務 銀髮族事業概論 職場個人魅力經營 時尚商品採購實務 時尚經營管理</p>