

商學院數位行銷進修學士學位學程

簡介：

基於數位化時代的來臨，網路傳遞訊息的快速與無遠弗屆的特性，數位行銷的重要性與行銷效益與日俱增。本學位學程設立的目的，旨在培養學生具備數位行銷的能力，以增加職場競爭力，及自行創業的能力。本學程的課程特色包含：

- (1) 資訊科技能力的養成。
- (2) 媒體行銷手法的培訓。
- (3) 數據分析能力的教育。

數位行銷為就業導向之學程，課程規劃以實用性為優先，輔以實務應用所需之領域知識 (Domain Knowledge)。課程設計以實際操作為主軸，加強各種行銷手法的運用、多媒體處理技術、行銷工具的設計，配合實務實習課程，使學生具有即學即作的能力，在學習的過程就可以開始創業規劃。在專業知能方面，以概念性介紹為主，避免艱深的理論探討，著重於解決問題及專案企劃能力的培養。其中數位行銷概念性知識的講授，以及實務演練課程，可以提供學生通過各項行銷相關認證的需求，如：Google AdWords 國際認證；專案企劃能力則是提供學生通過國際性數位行銷認證 (WBSA) 的能力，專案企劃能力為該項認證的主要項目。

一、教育目標：

訓練妥善運用數位科技暨新興媒體技能之專業行銷人才，以增加學生在數位行銷領域的競爭力。本學程的學習的目標如下：

- (1) 宏觀與專業：學生必須學習建構電子商務平台、媒體行銷、及數據分析等知識及實務經驗，以具備全球性的數位行銷能力。
- (2) 倫理與道德：學生必須能具有商業道德觀念，本於誠信原則，從事各項商業交易。

二、核心能力：

- (1) 具有建構電子商務平台的能力。
- (2) 具有利用社群媒體進行網路行銷之能力。
- (3) 具有訊息整合及數據分析之能力。
- (4) 具有商業道德，做出正確的交易決策。
- (5) 具有判斷消費資訊來源合法性的能力
- (6) 具有使用個資應符合道德與法律規範的認知

三、課程規劃：

※至少須修滿 64 學分方得畢業（除必修 23 學分；本學位學程專業選修至少 33 學分）。

※學生畢業學分中應承認學生選修外系課程 8 學分。

※畢業前須符合商學院國際素養辦法規範（詳見商學院/學生專區 網頁）

(一) 必修科目 (本規劃表僅供參考，請以通過本校校級課程委員會之版本為準)

科目名稱	學分合計	課程類別 (全年或半年)	先修科目
數位行銷	3	半	
電腦概論與程式設計	4	全	
統計學	6	全	
多媒體導論	3	半	
行銷管理	3	半	
專題製作	4	全	

(二) 選修科目 (本規劃表僅供參考，請以通過本校校級課程委員會之版本為準)

科目名稱	學分合計	課程類別 (全年或半年)	先修科目
品牌管理	3	半	
數位行銷專題研討	4	全	
服務行銷	3	半	
顧客關係管理	3	半	
口碑行銷	2	半	
統計套裝軟體	3	半	
多變量分析實務	3	半	
巨量資料分析	2	半	
零售業大數據應用	3	半	
創意思考與設計方法	3	半	
媒體購買策略	3	半	
社群媒體管理	3	半	
程式設計	2	半	
多媒體處理技術	3	半	
網站架設與網頁設計	2	半	
網站流量分析	3	半	
人工智慧與機器學習	2	半	
企業管理	3	半	
投資組合分析	3	半	
財務管理	3	半	
創新與創業實務	3	半	
消費者行為	3	半	
行銷策略規劃	3	半	
電子商務	3	半	
行銷企劃實務	3	半	

使用者經驗	3	半	
迴歸分析實務	3	半	
數據驅動的市場洞察	3	半	
資料採礦	2	半	
互動廣告設計	3	半	
整合行銷傳播	3	半	
企業公關與風險管理	3	半	
數位影像處理	3	半	
資料庫系統	2	半	
物聯網趨勢與應用	3	半	
區塊鏈設計入門	3	半	
數位內容行銷	3	半	
金融科技	3	半	
景氣分析與預測	3	半	
創新管理與數位轉型	3	半	
創意文案寫作	3	半	

※詳細課程資訊及先修科目等，請參考本系網頁公告之年度課程規劃表。