

大同大學數位行銷學分學程修習規定

民國 106 年 05 月 25 日事業經營學系課程委員會修訂
 民國 106 年 05 月 25 日事業經營學系系務會議通過
 民國 108 年 03 月 11 日事業經營學系課程委員會修訂
 民國 108 年 03 月 11 日事業經營學系系務會議通過
 民國 108 年 4 月 18 日教務會議核備通過
 民國 112 年 02 月 24 日事業經營學系課程委員會修訂
 民國 112 年 02 月 24 日事業經營學系系務會議通過
 民國 112 年 4 月 6 日校級課程委員會通過
 民國 112 年 4 月 14 日教務會議核備通過

- 一、本校為培養具數位行銷能力之專業人才，依「大同大學學分學程設置要點」，特訂定「大同大學數位行銷學分學程修習規定」(以下簡稱本規定)，開設數位行銷學分學程(以下簡稱本學程)。
- 二、本學程適用對象為學士班及碩士班學生。
- 三、本學程所規劃學分為必修課程 3 學分、核心課程至少 8 學分及選修課程至少 10 學分，共 21 學分。修畢後，向教務處辦理學程證書申請手續，可取得由學校發給之數位行銷學程證書。
- 四、本學程所規劃課程如下所示：

一、必修課程(3 學分)			
課程代碼	課程名稱	學分數	備註
B2420	行銷管理	3	學士班必修課程
二、核心課程(至少 8 學分)			
B3410	市場研究	2	
B3420	消費者行為	2	
B3460	零售管理	2	
B3480	服務行銷	2	
B4210	顧客關係管理	2	
B4680	網路行銷	2	
B5450	數位行銷	2	事經系開授，碩士班課程
N5810	數位行銷分析	3	資經系開授，碩士班課程
三、選修課程(至少 10 學分)			
課程代碼	課程名稱	學分數	
B3350	統計方法應用	2	
B3440	廣告管理	2	
B3470	行銷個案分析	2	
B3590	創意思考	2	
B4260	線上消費者行為導論	2	
B4410	國際貿易實務	2	
B4660	網路首頁設計	2	
B4700	品牌管理	2	
B5420	企業行銷研究	2	碩士班課程
N5530	服務型機器人	3	碩士班課程

五、本規定經系課程委員會通過，報請院、校級課程委員會通過，並經教務會議核備後實施，修正時亦同。