

國立臺灣大學國際企業學研究所博士班行銷管理組畢業學分規劃

必修36學分

類別	科目名稱	備註	學分	可抵換課程名稱
基礎理論一	國際企業理論研討	3選1	3	
	國際企業管理研討			
	國際進入策略研討			
基礎理論二	個體經濟學	5選2	6	選項(1)：個體經濟理論一(經研所) + 個體經濟理論二(經研所)
	產業經濟學			選項(2)：個體經濟理論三(經研所 或 農經所)
	當代社會學理論			
	高等工商心理學			選項(1)：消費者態度及心理研討
	組織社會學專題討論			選項(1)：組織理論與策略決策研討
行銷管理	行銷管理研討一		3	
	行銷管理研討二		3	
	行銷管理研討三		3	
	行銷管理研討四		3	
	行銷管理研討五		3	
研究方法	計量經濟學	8選2	6	選項(1)：計量經濟理論一(經研所) + 計量經濟理論二(經研所)
	高等統計			選項(2)：計量經濟理論一(經研所) + 計量專題
	時間序列分析(財金所)			選項(1)：多變量分析
	行銷計量模式			
	社會學研究方法(社會所)			
	方法論(商研所)			
	質性研究與期刊論文寫作(商研所)			
	量化研究方法與應用(商研所)			
獨立研究	行銷專題研究一	6選2	6	
	行銷專題研究二			
	行銷專題研究三			
	行銷專題研究四			
	行銷專題研究五			
	行銷專題研究六			
合計			36	

註一： 先修課程：行銷管理 及 行銷研究 及 全球品牌管理。

註二： 所有類別之課程皆須於4年內修畢。

註三： 修畢36學分並通過資格考試始成為博士候選人；博士生須於四年內(不含休學)取得博士候選人資格，否則予以退學。

註四： 若欲以其他非表列課程抵換上述必修課程，須填具申請書並經由二位以上行銷組教授同意(申請書可至系網下載)。