

國立臺灣大學國際企業學研究所博士班 行銷管理組修業、資格考試及學位考試施行細則

2021.09.22 系所務會議修正通過

2018.06.06 系所務會議修正通過

2015.10.28 系所務會議修正通過

第一條 國立臺灣大學國際企業學研究所(以下簡稱本所)博士班行銷管理組(以下簡稱本組)為達成一流學術涵養之要求，依據本所「博士班修業及畢業規則」訂定本施行細則。

第二條 本組必修課程共分為 5 類別，包含先修課程、基礎理論課程、行銷管理課程、研究方法課程及獨立研究課程，最低畢業學分為 33 學分。

(一)先修課程 (不記學分但須於獲得博士候選人資格前修畢)

1. 行銷管理

(二)基礎理論一共 3 學分

1. 國際企業理論研討(3) 或 國際企業管理研討(3) 或 國際進入策略研討(3)

(三)基礎理論二須於下列課程中修習至少 1 門 3 學分

1. 個體經濟學
2. 產業經濟學
3. 當代社會學理論
4. 高等工商心理學 或 消費者態度及心理研討
5. 組織社會學專題討論 或 組織理論與策略決策研討

(四)行銷管理共 15 學分

1. 行銷管理研討一(3)
2. 行銷管理研討二(3)
3. 行銷管理研討三(3)
4. 行銷管理研討四(3)
5. 行銷管理研討五(3)

(五)研究方法須於下列課程中修習至少 2 門 6 學分

1. 計量經濟學
2. 高等統計
3. 時間序列分析
4. 行銷計量模式

5. 社會學研究方法
6. 方法論
7. 質性研究與期刊論文寫作
8. 量化研究方法與應用

(六)獨立研究須於下列課程中修習至少 2 門 6 學分

1. 行銷專題研究一(3)
2. 行銷專題研究二(3)
3. 行銷專題研究三(3)
4. 行銷專題研究四(3)
5. 行銷專題研究五(3)
6. 行銷專題研究六(3)

第三條 所有課程皆應於 4 年內修畢。

第四條 若欲以其他非上述課程抵換，須填具申請書並經由 2 位以上本所行銷管理組專任教師同意。

第五條 申請資格考試前須滿足以下條件之一：

(一)投稿 Impact Factor 達 1.5 以上 SSCI 學術期刊，進入審查程序(未被 Desk Reject 之論文須繳交依 Reviewers 意見修改後之版本供本所行銷管理組專任教師審核)論文 1 篇(含)以上，以累積 Impact Factor 達到規定為準。

(二)取得 Impact Factor 達 0.5 以上之 SSCI 學術期刊論文接受函 1 篇(含)以上，以累積 Impact Factor 達到規定為準。

符合規定之論文經本所行銷管理組專任教師審核及格者，視同通過資格考試。

第六條 前條所述之論文須符合下列所有條件：

(一)投稿時須具有國立臺灣大學國際企業學研究所博士生身份。

(二)論文不可為碩士畢業論文或由碩士畢業論文直接改寫(以碩士畢業論文為基礎延伸之深入研究不在此限)。

(三)博士生應為單一作者，或與本所行銷管理組專任教師合著。

(四)若共同作者中學生(校外教師視同學生)超過 1 人，須將 Impact Factor 除以共同作者人數(共同作者人數之計算不包含本所行銷管理組專任教師)。

(五)2 位以上本所行銷管理組博士生共同撰寫之論文只得 1 人用以提出資格考試申請。

(六)SSCI 期刊論文 Impact Factor 之計算，得以論文投稿當年至論文接受

當年之期間內，SSCI 期刊所公佈之最高值為準。

(七)提出資格考試審核論文之學生必須為第一作者或通訊作者。

第七條 獲得博士候選人資格後須於修業年限內完成論文進度審查並依照「國立臺灣大學博士暨碩士學位考試規則」之規定完成學位考試。

第八條 申請學位考試前須滿足以下條件：

(一)取得 Impact Factor 達 0.5 以上之 SSCI 學術期刊論文接受函 1 篇(含)以上，以累積 Impact Factor 達到規定為準。

第九條 前條所述之論文須符合下列所有條件：

(一)博士生應為單一作者，或與本所行銷管理組專任教師合著。

(二)若共同作者中學生(校外教師視同學生)超過 1 人，須將 Impact Factor 除以共同作者人數(共同作者人數之計算不包含本所行銷管理組專任教師)。

(三)不可與資格考試用審查論文為同一篇。

(四)SSCI 期刊論文 Impact Factor 之計算，得以論文投稿當年至論文接受當年之期間內，SSCI 期刊所公佈之最高值為準。

(五)提出畢業審核論文之學生必須為第一作者或通訊作者。

第十條 本施行細則若有未盡事宜，悉依本所「博士班修業及畢業規則」之規定辦理。

第十一條 本施行細則送所務會議核備後實施，修正時亦同。