

# 企業管理學系博士班分組科目表及修習學分計算說明

本法經一百學年度第二學期第三次系務會議修訂通過 (101/04/10)

102/6/26 修訂

103/7/22 修訂

104/8/03 修訂

(本法適用於 104 學年度入學之研究生)

## (一)分組科目表

本系博士班開設課程之所屬領域分組歸類如下(每科三學分):

共同必修	企業倫理 (共同必修為一學分)
------	-----------------

組別	行銷與國際企業管理組	組織與人力資源管理組	財務金融管理組
研究方法	行銷研究專題研討 社會科學研究方法	組織理論與研究方法 社會科學研究方法	財務計量 財務時間數列分析
必選課程	行銷與國際企業管理專題研討 行銷理論專題研討 消費者行為專題研討	組織行為專題研討	金融機構管理專題研討 公司理財專題研討 投資管理理論專題研討
選修科目	非營利行銷專題研討 國際行銷專題研討 新產品行銷專題研討 銷售與推廣理論專題研討 訂價理論專題研討 策略行銷 服務行銷專題研討 購買行為專題研討 廣告管理專題研討 通路管理專題研討 國際企業專題研討(一) 綠色行銷專題研討 國際企業專題研討(二) 關係行銷專題研討 服務創新專題研討	訓練與發展專題研討 組織社會學 策略領導專題研討 組織設計專題研討 企業文化專題研討 組織發展專題研討 企業與政府專題研討 國際經營策略 薪酬管理專題研討 策略性人力資源專題研討 公司治理專題研討 比較管理專題研討 績效評估專題研討 經營策略專題研討 國際人力資源管理專題研討 招募與選任專題研討	財務研究方法 財務管理專題研討 高等財務研究 不動產經營管理專題研討 國際金融市場 財務工程專題研討 行為財務專題研討 投資銀行專題研討 衍生性金融商品專題研討 投資實證研究 公司理財實證研究

組別	作業管理組	資訊管理組
研究方法	計量決策分析 社會科學研究方法	資訊管理研究方法 社會科學研究方法 行銷研究專題研討
必選課程	品質管理專題研討 供應鏈管理	資訊科技理論與應用 策略性資訊管理專題研討
選修科目	國際運籌管理專題研討 生產管理專題研討 作業研究專題研討 科技管理專題研討 資訊科技理論與應用 績效評估專題研討 顧客滿意與欣喜設計	資訊策略規劃與控制 決策支援系統專題研討 企業再造與資訊科技 人工智慧專題研討 資料探勘 科技管理專題研討

組別	不分組科目		
研究方法	企業研究專題研討 多變量專題研討 應用統計學專題研討	多變量分析 最適化理論專題研討	實驗設計 數量方法專題研討
選修科目	管理實務專題研討 科學哲學專題研討 系統動態思考專題研討 企業併購個案及程序專題研究(2學分)	中小企業問題專題研討 中華管理哲學專題研討 商用英文 財政大講堂(2學分)	企業倫理專題研討 企業規劃與法律 學術英文寫作

註: 博士研究生於主、副修領域應修習學分數規定，參考(二)、修習學分計算說明。

## (二) 修習學分計算說明

依本所博士班修業規則規定，博士班研究生修習學分計算說明如下：

1. 博士班學生通過基礎課程且修畢共同必修（企業倫理），始申請博士班學科考試。
2. 修畢主修領域科目得參加主修領域學科資格考；修畢主修領域之研究方法，得參加研究方法領域資格考。
3. 主修科目（包含主修學科及研究方法）不得少於六學科，副修科目（包含副修學科及研究方法）不得少於三學科且不可用其他組科目代替，相關研究方法科目不得少於兩學科（相關研究方法科目應包括：主修及副修之研究方法）。
4. 每學期修課時數上限為 18 小時（含零學分之課程），最低不得少於 3 小時。
5. 博士班學生入學後依規定時間內，未完成學科考者，應予以退學。