

國立中山大學行銷傳播管理研究所 專業必選修和課程規劃表

(110學年度入學碩專生開始適用)



國立中山大學行銷傳播管理研究所
National Sun Yat-sen University
Institute of Marketing Communication

行銷傳播管理所的目標

結合商業行銷與傳播管理概念，融入新興社會文化行銷的概念與數位行銷的技巧，致力拓展行銷傳播學術領域，培養具備傳播管理知識的行銷人才，以因應時代潮流，滿足企業、政府與非營利組織的發展需求。

畢業學分

→ 畢業總學分共42學分

- 「所內」至少23學分
- 「所外」最多 19學分



課程結構

一般生課程也可選修

共同必修課程

共同必選課程

專業選修（模組）課程



國立中山大學行銷傳播管理研究所
National Sun Yat-sen University Institute of Marketing Communication

專任師資

姓名	研究專業
蕭蘋教授兼所長	傳播政治經濟學、性別與傳播、媒介全球化、媒介內容分析
李雅靖教授	媒體管理、科技接受、數位行銷、電子商務
王紹蓉教授	傳播新科技對社會文化變遷之影響、社群媒體、電腦中介傳播全球化、資訊時代之隱私與監控、公共領域
周軒逸教授	各類型廣告的溝通效果、行銷管理、廣告元素的設計、消費者訊息處理、態度形成和決策過程、消費者行為、行銷研究
鄭安授副教授	資訊倫理、資訊素養、資訊政策、社會行銷、整合行銷傳播、網路傳播、社群網路、電子化政府、人機互動、計算社會科學
譚躍助理教授	媒介效果與研究、政治傳播、科技風險傳播、網路新聞與傳播 中國大陸傳播媒介研究
張榮華助理教授	消費者行為、數位行銷、服務行銷、網路溝通

共同必修課程

(找到指導教授後再選修，畢業前修畢即可)

碩士論文

- 上學期(3)
- 下學期(3)



共同必選課程

(畢業前修畢即可)

行銷傳播管理講座

(所上專任教師輪流授課)

- 上學期(1)
- 下學期(1)

媒體，文化，與
社會 (譚躍老師)

- 上學期必選
(3)

行銷傳播管理研究
方法 (王紹蓉老師)

- 下學期必選
(3)



共同必選課程 (續)

(畢業前修畢即可)

資訊素養與倫理
(鄭安授老師)

- 上學期必選(3)
(請盡可能在一年級
上學期修畢)

行銷管理
(張榮華老師)

- 上學期必選(3)



專業選修課程

數位行銷領域

數位行銷	娛樂行銷與媒體	社群媒體行銷
行銷傳播策略	行銷決策模式	傳播科技與城市行銷
會展行銷與傳播科技	社群企業管理與科技治理	社群商務
企業傳播	網路口碑傳播	網路新聞與傳播
專業與科技傳播	媒體人力資源管理	行動通訊與商務
品牌與社群媒體商務	行動資訊之應用與管理	廣告效果
廣告創意	資訊科技政策與法律	資訊科技與電子化政府
數位內容與社會網絡分析	網路多媒體創意設計	



專業選修課程(續)

社會文化行銷領域

品牌行銷	競選策略與政治行銷	行銷理論與應用
社會行銷	中國行銷傳播研究	服務業行銷
進階傳播研究法	電腦中介傳播	大眾傳播理論
組織傳播	危機傳播	媒體科技與社會
中國新媒體與國家發展	媒介效果研究	社群媒體與社會
媒體管理學	媒體閱聽人	廣告與文化
廣告學	廣告與兒少閱聽人	國際廣告
消費者心理與行為學	性別與消費文化	文化經濟與消費
策略寫作	論文寫作	質性研究方法
公共關係理論與實務		

