

台大商學研究所 行銷組 博士班規定

(87 學年度適用)

(一) 修課規定	
<p>主修生</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>先修課程</u></p> <p>行銷管理(碩) (80分)</p> <p>消費者行為(碩) (80分)</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>必修課程</u></p> <p>行銷理論研討 (80分)</p> <p>行銷專題研討 (80分)</p> <p>行銷決策模式 (80分)</p> <p>方法論(80分)</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>選修課程</u> (80分)</p> <p style="padding-left: 40px;">研究方法 (七選二, 80分)</p> <p>調查研究, 實驗設計</p> <p>定性研究, 多變量分析</p> <p>計量經濟, 最適化理論</p> <p>行銷計量模式</p>	<p>副修生</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>先修課程</u></p> <p>行銷管理(碩) (70分)</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>必修課程</u></p> <p>行銷理論研討 (70分)</p> <p>行銷專題研討 (70分)</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>選修課程</u></p> <p>研究所以上之行銷類課程選一門(行銷管理除外)</p>
(二) 資格考試規定	
<p>主修生</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>科目</u>: 分數規定(80)</p> <p>行銷理論研討</p> <p>行銷專題研討</p> <p>行銷決策模式</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>考試方式</u>:</p> <p>筆試</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>考試時程</u>:</p> <p>每年 10 月及 3 月</p>	<p>副修生</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>科目</u>: 分數規定(70)</p> <p>行銷理論研討</p> <p>行銷專題研討</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>考試方式</u>:</p> <p>筆試</p> <p style="padding-left: 20px;"><u>考試時程</u>:</p> <p>每年 10 月與 3 月</p>
(三) 其他規定 (畢業最低發表門檻)	
發表一篇	

台大商學研究所 行銷組博士班規定

(88-89 學年度適用)

(一)修課規定	
<p>主修生</p> <p><u>先修課程</u></p> <p>行銷管理(碩) (80分)</p> <p>消費者行為(碩) (80分)</p> <p><u>必修課程</u></p> <p>行銷理論研討 (80分)</p> <p>行銷專題研討 (80分)</p> <p>行銷決策模式 (80分)</p> <p><u>選修課程</u></p> <p>研究方法(八選三, 80分)</p> <p>方法論、調查研究、 實驗設計、定性研究、 多變量分析、計量經濟、 最適化理論、行銷計量模式</p>	<p>副修生</p> <p><u>先修課程</u></p> <p>行銷管理(碩) (70分)</p> <p><u>必修課程</u></p> <p>行銷理論研討 (70分)</p> <p>行銷專題研討 (70分)</p> <p>行銷決策模式 (80分)</p> <p><u>選修課程</u></p> <p>研究所以上之行銷類課程選一門(行銷管理除外)</p>
(二)資格考試規定	
<p>主修生</p> <p><u>科目</u>：分數規定(80)</p> <p>行銷理論研討</p> <p>行銷專題研討</p> <p>行銷決策模式</p> <p><u>考試方式</u>：</p> <p>筆試</p> <p><u>考試時程</u>：</p> <p>每年10月及3月</p>	<p>副修生</p> <p><u>科目</u>：分數規定(70)</p> <p>行銷理論研討</p> <p>行銷專題研討</p> <p><u>考試方式</u>：</p> <p>筆試</p> <p><u>考試時程</u>：</p> <p>每年10月與3月</p>
(三)其他規定(畢業最低發表門檻)	
發表一篇	

台大商學研究所 行銷組博士班規定

90 學年度適用

<p>先修</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷研究 (碩) ■ 行銷管理 (碩) ■ 消費者行為 (碩) 分數規定(80)
<p>必修 (課程) (核心)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷理論研討 ■ 行銷專題研討 ■ 行銷決策模式 分數規定(80)
<p>必修 (方法) (研究)</p>	<p><u>八選三</u> 方法論、調查研究、實驗設計、定性研究、多變量分析、計量經濟、最適化理論、行銷計量模式</p>
<p>選修</p>	<p>修課規定未註明</p>
<p>副修</p>	<p>四門碩士班以上之課程 (修課規定未註明)</p>
<p>資格考</p>	<p><u>90 學年度</u> 考試方式：筆試 科 目：行銷理論研討、行銷專題研討、行銷決策模式 分數規定(80)</p>
<p>畢業門檻</p>	<p>(90學年度) 論文發表(或被接受)滿足以下三類期刊其中之一</p> <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊 • TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇 (資格考 paper 列入計算)

台大商學研究所 行銷組博士班規定

91 學年度起適用

先修	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
(核心課程) 必修	<p><u>任選二門</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ■行銷專題研討 ■消費者專題研討 ■行銷決策模式 ■策略行銷專題研討（需為研究所開設之 D 字頭以上課程） <p style="text-align: center;">（未來視需要再加列相關課程）</p>
(研究方法) 必修	<p><u>至少二門</u></p> <p>方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之</p>
選修	九學分之選修課程：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。必修課程及研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分
資格考	<p>91學年度入學者，需於入學後7年內（不含休學）需完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> • 修完本組要求之課程 • 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表(或被接受)TSSCI 期刊一篇 <p>92學年度入學者，需於入學後6年內（不含休學）需完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> • 修完本組要求之課程 • 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表(或被接受)TSSCI 期刊一篇 <p>93學年度入學者，需於入學後5年內（不含休學）需完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> • 修完本組要求之課程 • 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表(或被接受)TSSCI 期刊一篇 <p>94學年度以後入學者，需於入學後4年內（不含休學）需完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> • 修完本組要求之課程 • 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表(或被接受)TSSCI 期刊一篇
畢業門檻	<p>（91學年度以後）</p> <p>論文發表(或被接受)滿足以下三類期刊其中之一</p> <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊

	<ul style="list-style-type: none">•TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇 (資格考 paper 列入計算)
備註	<ol style="list-style-type: none">1.自入學起三年內(含休學期間)應選定指導教授,至少一人需為行銷組之教師2.九十四學年度(含)以前入學之博士生以碩士論文改寫之論文只能作為博士候選人資格認定之用。(根據 95 09 25 行銷組開會決議)3.列入資格考試及畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。(根據 95 11 27 行銷組開會決議)

台大商學研究所 行銷組博士班規定

99 學年度起適用

分類	課程及規定
先修課程	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
核心必修課程	<p>任選二門</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 行銷決策模式 2. 行銷專題研討 3. 消費者專題研討 4. 策略行銷專題研討 <p>（未來視需要再加列相關課程）</p>
研究方法	<p>至少二門</p> <p>方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之</p>
選修課程	九學分之選修課程：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。必修課程及研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分
副修類課程規定	<ol style="list-style-type: none"> 1. 副修類課程須經召集人及組內教師同意 （副修類科目最少須修 4 門課，以 70 分為及格分數） 2. 副修類科目與抵畢業學分科目須選擇以 D 或 M 開頭的課。（U 開頭課程由各組召集人簽名認可） 3. 副修類科目應以未曾修過的科目為主，且副修類應避免與大學、研究所相同的系所。
資格考試規定	<p>於入學後 4 年內（不含休學）完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> · 修完本組要求之課程 · 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表（或被接受）TSSCI 期刊一篇
畢業門檻	<p>論文發表（或被接受）滿足以下三項條件之一</p> <ul style="list-style-type: none"> · SSCI 期刊一篇 · TSSCI 期刊兩篇 · TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇 <p>（資格考 paper 列入計算）</p>
備註	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自入學起三年內（含休學期間）應選定指導教授，至少一人需為行銷組之教師 2. 列入資格考試及畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。 3. 每一門課須附教學大綱，若無教學大綱則須加以說明。 4. 修課計劃須經召集人或組內老師同意，若有變更內容須再報請召集人或組內老師審查與同意。

台大商學研究所 行銷組博士班規定

101 學年度起適用

先修	行銷管理 (需為研究所開設之 M 字頭以上課程)
(核心課程)	<u>任選二門</u>
必修	<ul style="list-style-type: none"> • 行銷專題研討 • 消費者專題研討 • 行銷決策模式
(研究方法)	<u>至少二門</u>
必修	方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之
選修	九學分之選修課程：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分
資格考	於入學後 4 年內 (不含休學) 完成以下規定 <ul style="list-style-type: none"> • 修完本組要求之課程 • 論文發表規定- SSCI 期刊一篇 (under revision) 或發表(或被接受)TSSCI 期刊一篇
畢業門檻	論文發表(或被接受)滿足以下三項條件之一 <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊 • TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇 <p>(資格考 paper 列入計算)</p>
備註	<p>1. 自入學起三年內 (含休學期間) 應選定指導教授，至少一人，需為行銷組之教師。</p> <p>2. 列入資格考試及畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。 (根據 95 11 27 行銷組開會決議)。</p> <p>3. 博士生修業滿兩年，得由召集人召集學習進度檢討會議，由組內老師與個別學生檢討學習狀況。</p>

台大商學研究所行銷組博士班規定

103 學年度起適用

先修	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
（核心課程） 必修	<ul style="list-style-type: none"> ● 行銷專題研討 ● 消費者專題研討 ● 行銷決策模式
（研究方法） 必修	<p><u>至少二門</u></p> <p>方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之</p>
選修	九學分之選修課程：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分
資格考	<p>於入學後 4 年內（不含休學）完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 修完本組要求之課程 ● 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表(或被接受)TSSCI 期刊一篇
畢業門檻	<p>論文發表(或被接受)滿足以下三項條件之一</p> <ul style="list-style-type: none"> ● SSCI 期刊一篇 ● 兩篇 TSSCI 期刊 ● TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇 <p>（資格考 paper 列入計算）</p>
備註	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自入學起三年內（含休學期間）應選定指導教授,至少一人,需為行銷組之教師。 2. 列入資格考試及畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。 (根據 95 11 27 行銷組開會決議)。 3. 博士生修業滿兩年，得由召集人召集學習進度檢討會議，由組內老師與個別學生檢討學習狀況。

臺大商學研究所行銷組博士班規定

自 104 學年度入學生適用

分類	課程及規定
先修課程	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
(核心課程) 必修	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷專題研討 ■ 消費者專題研討 ■ 行銷決策模式
(研究方法) 必修	<p>至少二門</p> <p>方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之</p>
選修課程	<p>九學分之選修課程：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分</p>
資格考試 規定	<p>於入學後4年內（不含休學）完成以下規定</p> <ul style="list-style-type: none"> • 修完本組要求之課程 • 論文發表規定- SSCI 期刊一篇（under revision）或發表（或被接受）TSSCI 期刊一篇 • 於行銷相關的國際學術研討會至少發表一篇論文
畢業門檻	<p>論文發表（或被接受）滿足以下三項條件之一</p> <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊 • TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇 <p>（資格考 paper 列入計算）</p>
備註	<ol style="list-style-type: none"> 1. 自入學起三年內（含休學期間）應選定指導教授，至少一人需為行銷組之教師。 2. 列入資格考試及畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。（根據 95 11 27 行銷組開會決議）。 3. 博士生修業滿兩年，得由召集人召集學習進度檢討會議，由組內老師與個別學生檢討學習狀況。

臺大商學研究所行銷組博士班規定

自 106 學年度 入學生適用

分類	課程及規定
先修課程	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
（核心課程） 必修	<ul style="list-style-type: none"> ■ 行銷專題研討 ■ 消費者專題研討 ■ 行銷決策模式
（研究方法） 必修	<p>至少二門</p> <p>方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之</p>
選修課程	<p>十二學分之選修課程：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分</p>
資格考試 規定	<ul style="list-style-type: none"> • <u>於入學後 2 年內（不含休學）修完本組要求之課程</u> • <u>學生應於修業第 5 學期〔不含休學〕通過資格考筆試，通過標準：70 分</u>
畢業門檻	<p>論文發表(或被接受)滿足以下三項條件之一</p> <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊 • TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇
備註	<ol style="list-style-type: none"> 1. <u>於入學後二年內〔不含休學〕修完本組要求之課程〔共 27 學分，9 門課〕</u> 2. <u>「自入學起三年內〔含休學期間〕應選定本組教師一位為指導教授」。</u> 3. 列入畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。

一、臺大商學研究所行銷組博士班規定

109 學年度

分類	課程及規定
先修課程	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
核心必修課程	行銷專題研討 消費者專題研討 行銷決策模式
研究方法	<u>至少二門</u> 方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之
選修課程	<u>十二學分之選修課程</u> ：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分
資格考試規定	<ul style="list-style-type: none"> • 於入學後 2 年內（不含休學）修完本組要求之課程 • 學生應於修業第 5 學期〔不含休學〕通過資格考筆試。資格考筆試範圍為組內必修課程，由各任課教師依所授範疇分別命題。個別範疇未通過者，依本校學則規定，得於次學期補考一次。
研究進度發表規定	<ul style="list-style-type: none"> • 於資格考通過後之次一學期於本組博士班論壇發表
畢業門檻	<p>論文發表(或被接受)滿足以下三項條件之一</p> <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊 • TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇
備註	<ol style="list-style-type: none"> 1. 於入學後二年內〔不含休學〕修完本組要求之課程〔共 27 學分，9 門課〕 2. 「自入學起三年內〔含休學期間〕應選定本組教師一位為指導教授」。 3. 列入畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。

臺大商學研究所行銷組博士班規定

110 學年度起入學生適用

分類	課程及規定
先修課程	行銷管理（需為研究所開設之 M 字頭以上課程）
核心必修課程	行銷專題研討 消費者專題研討 行銷決策模式
研究方法	<u>至少二門</u> 方法論及數量方法相關課程由召集人及組內教授認定之
選修課程	<u>十二學分之選修課程</u> ：課程限定為本院各所以及心理所、社會所、經研所 M 字頭以上之課程。其他非上述各所之課程需經本組教師開會認定之。研究方法課程若超過修課規定的部份可列入選修學分
資格考試規定	<ul style="list-style-type: none"> • 於入學後 2 年內（不含休學）修完本組要求之必修課程 • 學生應於修業第 5 學期〔不含休學〕通過資格考筆試。資格考筆試範圍為組內必修課程，由各任課教師依所授範疇分別命題。個別範疇未通過者，依本校學則規定，得於次學期補考一次。
研究進度發表規定	<ul style="list-style-type: none"> • 於資格考通過後之次一學期於本組博士班論壇發表
畢業門檻	<p>論文發表(或被接受)滿足以下三項條件之一</p> <ul style="list-style-type: none"> • SSCI 期刊一篇 • 兩篇 TSSCI 期刊 • TSSCI 一篇加上被收錄於 ABI 或 EBSCO 之期刊一篇
備註	<ol style="list-style-type: none"> 1. 於入學後二年內〔不含休學〕修完本組要求之必修課程 2. 資格考日期：第 5 學期期末考前一週 補考日期：次學期開學第一週 3. 「自入學起三年內〔含休學期間〕應選定本組教師一位為指導教授」。 4. 列入畢業門檻計算之論文以全文刊登為限。