

國立中山大學 行銷傳播管理研究所 專業課程 暨特色資源介紹



115學年度入學碩士生與碩專生適用

行銷傳播管理研究所的目標

結合商業行銷與傳播管理概念
融入新興社會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

專任師資



鄭安授副教授

周軒逸教授
兼所長

王紹蓉教授

蕭蘋教授

譚躍副教授

李雅靖教授

張榮華副教授

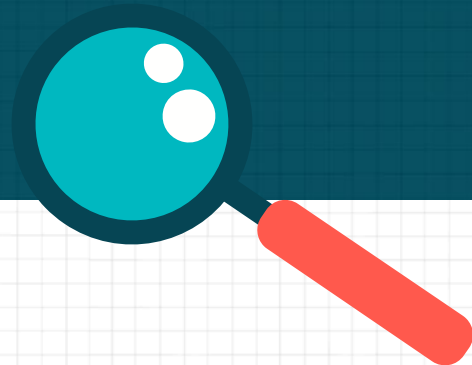
專任師資 (續)

| 姓名 | 最高學歷 | 研究專業 |
|----------|---|---|
| 周軒逸教授兼所長 | 國立台灣大學商學研究所 行銷博士 | 廣告溝通效果、廣告元素設計、消費者訊息處理、消費者態度形成和決策過程、行銷管理、消費者行為、行銷研究、政治傳播 |
| 蕭蘋教授 | 美國賓州州立大學 大眾傳播博士 | 廣告與文化、性別與媒介、風險溝通 |
| 李雅靖教授 | 美國Indiana University at Bloomington Telecommunications 博士 | 媒體管理、科技接受、數位行銷、電子商務 |
| 王紹蓉教授 | 美國紐約州立大學水牛城分校 傳播博士 | 新媒體科技、電腦中介傳播、社群媒體、行動通訊、隱私與監控 |
| 鄭安授副教授 | 美國馬里蘭大學 資訊研究博士 | 資訊倫理、電子化政府、網路傳播 |
| 譚躍副教授 | 美國印第安納大學 新聞與大眾傳播博士 | 媒介效果、政治傳播、科技風險傳播、網路新聞與傳播、文字探勘、社會行銷 |
| 張榮華副教授 | 國立台灣大學商學研究所 行銷博士 | 消費者行為、數位行銷、服務行銷、網路溝通 |

近三年本所專任教師執行之國科會研究計畫

| 教師姓名 | 執行年度 | 計畫名稱 |
|----------|-----------------------|---|
| 周軒逸教授兼所長 | 112/08/01 ~ 115/07/31 | 寵物參「政」：競選廣告中寵物狗、貓圖像對選民情感、認知與態度反應之影響 |
| | 113/08/01 ~ 116/07/31 | 道歉的藝術：政治人物運用不同道德推論策略為道德危機事件道歉效果之探討 |
| | 110/08/01 ~ 113/07/31 | 「選」美：競選廣告美學來源與表現手法對選民態度反應之影響 |
| 蕭蘋教授 | 111/08/01 ~ 114/07/31 | 青少年的社群世界：社群媒介與中介的親密關係研究 |
| | 113/08/01 ~ 115/07/31 | 數位女性主義的行動主義：台灣#MeToo運動的框架輿論數 |
| 李雅靖教授 | 114/08/01 ~ 117/07/31 | 啟動低碳生活的因素之研究 |
| | 111/08/01 ~ 114/07/31 | AI擬人化效果之研究 |
| 王紹蓉教授 | 111/08/01 ~ 114/07/31 | 假的真不了？深偽網紅行銷的說服效果 假的真不了 |
| | 113/08/01 ~ 116/07/31 | 社群訊息傳染病：偽科學信仰與假新聞 |
| 鄭安授副教授 | 111/08/01 ~ 112/7/31 | 結合專題導向學習與體驗式學習於行銷實務教學的行動研究 |
| | 113/08/01 ~ 114/7/31 | 以專題導向學習培養學生倫理實踐精神的行動研究 |
| 譚躍副教授 | 113/08/01 ~ 115/07/31 | 空污新聞的健康風險框架及其文化因素：一個台美報紙的比較研究 |
| 張榮華副教授 | 111/08/01 ~ 114/07/31 | 時間框架下的疾病線索對消費者產品偏好之研究：應對策略、反事實思維與自我調節焦點的角色與影響 |
| | 112/08/01 ~ 115/07/31 | 體驗消費與物質消費對消費者影響之機制與廣告應用 |
| | 113/08/01 ~ 115/07/31 | 伸拳不打笑臉「人」？聊天機器人之笑容對服務失敗之影響與補救機制 |
| | 113/08/01 ~ 114/07/31 | 巾幗不讓鬚眉！性別刻板印象對女性CEO代言人之影響與應用 |

畢業學分



碩士

畢業總學分
共38學分

學分分配

所內→至少30學分
所外→至多 8 學分

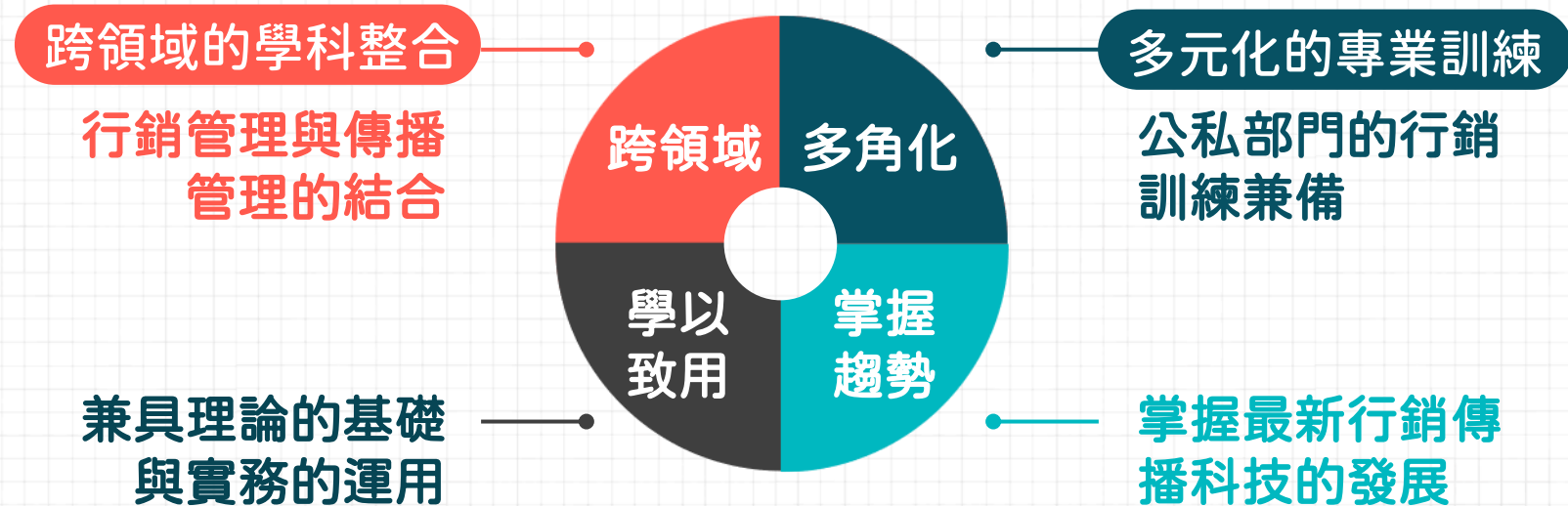
碩專

畢業總學分
共42學分

學分分配

所內→至少23學分
所外→最多 19學分

行銷傳播的重要性



課程結構



共同**必選**課程

碩專生、碩班生



專業**選修**

「模組」課程

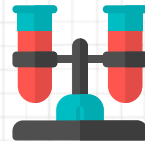
共同**必修**課程

碩專生



核心**先修**課程

碩班生



碩專生必修課程



碩士論文

上學期(3)

下學期(3)

(找到指導教授後再選修，畢業前修畢即可)

碩專生碩士生共同必選課程（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)

碩士生與碩專生
都要修習本課程



媒體，文化，與社會
(譚躍老師)

碩專班上學期必選(3)



行銷傳播管理研究方法
(王紹蓉老師)

碩專班下學期必選(3)



行銷管理
(張榮華老師)

碩專班上學期必選(3)

碩專班研方課補充說明：「行銷傳播管理研究方法」為必修學分，如因特殊原因，修習碩士班開設的「行銷傳播管理研究方法」、「與「質性研究方法」，且成績達到及格標準，經雙方授課老師同意，即可申請抵修。並且必須比照碩士班規定-論文主要的研究方法為量化或質方，就一定要修畢量化或質方課程

碩士生核心必選課程

理論類別（六選四）



媒體科技與社會(3)

蕭蘋老師



電腦中介傳播(3)

王紹蓉老師



媒介效果(3)

譚躍老師



品牌行銷(3)

李雅靖老師



消費者心理與行為學(3)

周軒逸老師

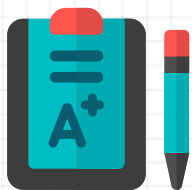


行銷管理(3)

張榮華老師

碩士生核心必選課程（續）

方法類別（2門必選）



行銷傳播管理研究方法(3)

周軒逸老師



質性研究方法(3)

蕭蘋老師

（碩士論文研究若使用**量化**研究方法，必須再**加選「應用傳播統計學」**課程）

專業選修課程

數位行銷與傳播領域

| 數位行銷 | 數據行銷 | 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 | 社群企業管理與科技治理 |
| 社群商務 | 網路口碑傳播 | 專業與科技傳播 | 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 | 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 | 全球化媒體 |
| 網路電視專題研究 | 網路新聞與傳播專題研究 | 網路口碑專題研究 | 社群網路產業專題研究 |
| 數位時代的隱私與監控 專題研究 | 資訊科技與社會專題研究 | AI行銷專題研究 | 永續行銷專題研究 |

(※以上各類「專題研究」課程，限碩士班學生選修)

專業選修課程 (續)

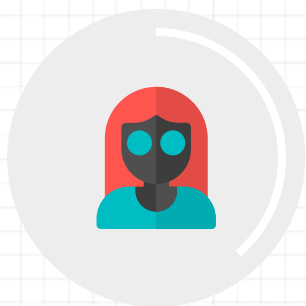
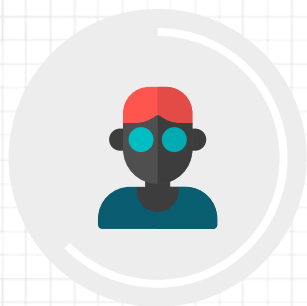
社會行銷與傳播領域

| 行銷理論與應用 | 競選策略與政治行銷 | 社會行銷 | 服務業行銷 |
|--------------------|-------------|----------|-----------------|
| 進階傳播研究法 | 組織傳播 | 危機傳播 | 企業傳播 |
| 企業傳播與實務 (※英語授課) | 媒體與民意研究 | 社群媒體與社會 | 媒體管理學 |
| 媒體閱聽人 | 廣告與文化 | 廣告創意 | 國際廣告 |
| 性別與消費文化 | 文化經濟與消費 | 策略寫作 | 論文寫作 (※英語授課) |
| 公共關係理論與實務 | 資訊素養與倫理 | 行銷管理專題研究 | 服務業行銷專題研究 |
| 閱聽人態度理論專題研究 | 消費者行為決策專題研究 | 社會行銷專題研究 | |

(※以上各類「專題研究」課程，限碩士班學生選修)

政治所雙主修修讀

名額



依政治所當年度審查委員會決議

申請成績門檻



申請前每學期
名次在班排名前50%以內者

50% ↓



該學年每學期
成績平均GPA3.38 (含)以上者

80分 ↑

申請檢附

自本學年開始受理申請，申請時程以本校教務處公告為準

歷年成績單(含學期班排名)+自傳(含個人簡歷、生涯規劃、報考動機、研究興趣等)
可另附有助審查之相關資料(如學術出版品、紀錄片等)

申請政治所雙主修指定專業必修課程及學分



2選1課程

3學分(社會科學的哲學、社會科學方法論)



自選本所開設專業課程

3學分(需由指導教授推薦)
但不得包含以下課程：
學門跨域專題講座、專題研究、1學分課程



3選2課程

6學分(政治理論、比較政治理論、國際關係)



申請身分限制

這個雙主修制度，只限碩士班學生申請，不包括專班



學生核心能力培養

規劃與執行整合行銷傳播企劃能力

本所學生得以具備數位行銷與社會文化行銷專業分析市場的能力、掌握消費者心理，並擬定適合企業的整合行銷傳播企劃，透過課堂練習、與企業合作與實習、實務服務計畫、比賽等機會，磨練行銷傳播管理技巧與能力。

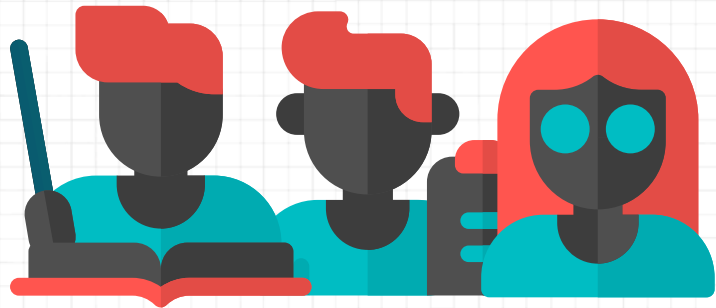
學生核心能力培養

掌握媒體科技訣竅

本所學生具有掌控新媒體的傳播能力
知道如何運用傳播科技的力量
將行銷效益擴大



學生核心能力培養



具有溝通、合作、創意、批判思考之能力

本所學生在課內與課外之活動與行銷企劃與執行的過程中，培養創造力與批判思考能力，磨練與同儕/上級的溝通、合作協調，發揮團隊精神、培養毅力與榮譽感，為自己和社會解決問題、改善環境。

所內學生活動與實務工作參與

行傳電子報



行傳所FB



所內學生活動與實務工作參與（續）

所學會





歡迎加入
行傳大家庭