

國立空中大學 114 學年度下學期「商學系」建議新生選課科目一覽表

課程科目名稱	學分數	課程簡介	可對應工作職場與專業證照類別
人際關係與協商	3	一、自我與人際關係—如何與自己交流 二、自我激勵與圓融人際關係 三、健康與壓力管理 四、人際知覺與印象整飾 五、人際吸引 六、人際溝通 七、人際衝突的處理 八、積極的溝通模式 九、如何與上司相處 十、如何與同事相處 十一、選擇職業和轉業 十二、邁向生涯顛峰	工作職場： 企業經營管理-行政支援人員 專業證照：無
策略行銷分析	3	第 01 章 行銷在經濟社會中所扮演的角色與本書大綱 第 02 章 策略行銷分析的理論架構 第 03 章 本書理論架構的特性 第 04 章 管理外顯單位效益成本的行銷策略 第 05 章 管理資訊搜尋成本的行銷策略 第 06 章 管理道德危機成本的行銷策略 第 07 章 管理專屬陷入成本的行銷策略 第 08 章 本書架構與 4P 的關係 第 09 章 影響市場上四大成本高低的主要因素 第 10 章 利用策略行銷分析架構分析個案的建議與應用	工作職場： 行銷管理人員 零售與通路管理人員 專業證照：無

		<p>第 11 章 常見行銷爭議問題分析</p> <p>第 12 章 行銷與公司策略的關係</p>	
貨幣銀行學	3	<p>一、貨幣的重要性</p> <p>二、金融體系概論</p> <p>三、金融中介</p> <p>四、利率的行為</p> <p>五、銀行的種類、結構與整合</p> <p>六、商業銀行的業務與風險</p> <p>七、存款貨幣的創造</p> <p>八、中央銀行及貨幣供給額的決定</p> <p>九、貨幣政策工具與操作</p> <p>十、貨幣政策的目標與執行</p> <p>十一、貨幣需求理論</p> <p>十二、IS/LM 模型中的財政與貨幣政策</p> <p>十三、貨幣與通貨膨脹</p> <p>十四、外匯市場與貨幣政策</p>	<p>工作職場：</p> <p>金融財務-證券及投資人員</p> <p>金融財務-會計人員</p> <p>專業證照：</p> <p>金融證照</p>
行銷企劃	3	<p>第一篇 行銷企劃的本質與目標</p> <p>第 1 章 行銷企劃的本質</p> <p>第 2 章 行銷企劃目標</p> <p>第二篇 進行情況分析</p> <p>第 3 章 外部環境分析</p> <p>第 4 章 內部環境分析</p> <p>第三篇 制定行銷企劃方案</p> <p>第 5 章 激發行銷企劃創意</p> <p>第 6 章 新產品上市行銷企劃</p> <p>第 7 章 公關與事件行銷企劃</p> <p>第 8 章 促銷企劃案</p> <p>第 9 章 其他類行銷企劃：案例與分析</p> <p>第四篇 呈現行銷企劃</p> <p>第 10 章 行銷企劃的撰寫與簡報</p>	<p>工作職場：</p> <p>行銷管理人員</p> <p>零售與通路管理人員</p> <p>專業證照：無</p>

<p>不動產稅法</p>	<p>3</p>	<p>Chapter 01 緒論 Chapter 02 地價稅 Land Value Tax Chapter 03 田賦 Rural Land Tax Chapter 04 土地增值稅 Land Value Increment Chapter 05 房屋稅 House Tax Chapter 06 契稅 Deed Tax Chapter 07 遺產稅 Estate Tax Chapter 08 贈與稅 Gift Tax Chapter 09 稅捐稽徵法 Tax Collection Law Chapter 10 其他不動產相關稅法</p>	<p>工作職場： 會計與稅務查核人員 不動產經營與開發人員</p> <p>專業證照： 不動產經紀人及估價師證照</p>
--------------	----------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------