

國立空中大學115學年度上學期 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
行銷學原理	3	第一篇 鳥瞰行銷 第1章 行銷的本質 第2章 行銷環境 第二篇 掌握市場機會 第3章 消費者市場與消費者行為 第4章 組織市場與組織購買行為 第5章 市場區隔、目標市場與定位 第三篇 塑造產品價值 第6章 產品基本概念與產品屬性 第7章 新產品發展與產品生命週期 第8章 服務行銷 第9章 價格訂定 第四篇 傳遞產品價值 第10章 行銷通路管理 第11章 零售、批發與物流 第五篇 溝通產品價值 第12章 推廣與整合行銷溝通 第13章 推廣工具	工作職場： 行銷管理人員 零售與通路管理人員 專業證照：無
經濟學入門	3	第01章 緒論 第02章 需求、供給與市場均衡 第03章 效用與消費者行為 第04章 彈性的概念與應用 第05章 生產與成本 第06章 完全競爭市場 第07章 不完全競爭市場	工作職場： 行銷管理人員 零售與通路管理人員 金融財務—證券及投資人員 金融財務—會計人員 企業經營管理-行政支援 專業證照：

		第08章 要素市場 第09章 國民所得與經濟福利 第10章 均衡所得的決定 第11章 貨幣供需與中央銀行 第12章 財政政策與貨幣政策 第13章 總合需求與供給 第14章 失業與物價膨脹 第15章 國際貿易與國際金融 第16章 ESG 與經濟成長	金融證照 不動產估價師證照
個人行銷與 形象管理	3	第1章 成功的個人行銷與個人形象管理 第2章 情緒管理與理性思考 第3章 壓力來源與身心健康 第4章 時間管理與生涯規劃 第5章 壓力因應與社會支持 第6章 人際溝通的本質 第7章 人際溝通的模式 第8章 人際溝通的技巧 第9章 人際衝突與人際合作 第10章 瞭解自我與形象分析 第11章 如何建立個人良好形象-內在的提升 第12章 如何建立個人良好形象-外在的改變 第13章 維持與管理形象 第14章 個人行銷的規劃與建立 第15章 個人行銷的策略與應用 第16章 個人行銷的發揮與情境運用	工作職場： 企業經營管理-行政支援 專業證照：無

理財規劃與實務	3	第一章 理財規劃概論 第二章 理財規劃的步驟 第三章 個人型態與理財規劃 第四章 財務報表的編製與分析 第五章 風險管理與保險規劃 第六章 理財規劃的計算基礎 第七章 購屋規劃 第八章 子女教育及養育金規劃 第九章 退休金規劃 第十章 投資規劃	工作職場： 金融財務—證券及投資人員 專業證照： 金融證照
不動產經紀法規	3	第壹篇 不動產經紀業管理條例 第一章 總則 第二章 經紀業 第三章 經紀人員 第四章 業務與責任 第五章 獎懲 第六章 不動產定型化契約 第貳篇 消費者保護法 第七章 總則 第八章 消費者權益 第九章 消費者保護團體 第十章 行政監督 第十一章 消費爭議之處理 第十二章 罰則 第參篇 公平交易法 第十三章 總則 第十四章 限制競爭 第十五章 不公平競爭 第十六章 調查及裁處程序	工作職場： 金融財務—證券及投資人員 專業證照： 不動產估價師證照

		第十七章 損害賠償 第十八章 罰則與附則 第肆篇 公寓大廈管理條例 第十九章 總則 第二十章 住戶之權利義務 第二十一章 管理組織及其運作 第二十二章 管理服務人及其責任 第二十三章 罰則與附則	
--	--	--	--