

中華科技大學國際商務與行銷系學生核心能力指標

壹、 培育目標

因應國家經濟發展及產業人才需求，培育具備前瞻性與宏觀性之國際商務與行銷企劃專業技術人才，及在地化、深植化的創意生活產業的參與者。本系具體作法如下：

- (一) 配合產業需求，每學年召開系本位課程規劃會議，並邀請業界專家給予諮詢意見。
- (二) 發展領域特色學程，設計多元化模組，包括國際經貿、流通服務、行銷企劃、會展服務、企業電子化、科技應用等領域課程。
- (三) 實施專題製作課程，培養學生實務應用及團隊合作與協調之能力。
- (四) 強調外語溝通能力之訓練，培育具備國際觀之專業技能。
- (五) 建構融合創意、創新與創業概念之教學內涵和學習環境，蘊育創新思維與創業行動的學生，提供產業轉型與升級所需之創新創意人才
- (六) 加強商業倫理教育，並落實全人教育目標。
- (七) 重視專業認證輔導，提升學生就業競爭力。
- (八) 重視產學合作，提升研究能量。

貳、 必修科目與核心能力對照表

國際商務與行銷系專業必修科目與核心能力關聯表

必修科目	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)							
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新能力	學習分析能力
經濟學	25%	25%		10%	10%	10%				10%	10%
會計學	20%	20%	20%	10%			10%	10%			10%
統計學	25%	25%			10%		10%	20%			10%
商業套裝軟體	20%	20%	20%				10%	10%		10%	10%
行銷管理	15%	20%	15%	10%	10%		10%	10%		10%	
財務管理	25%	20%	10%				15%	10%		10%	10%
企業資源規劃	15%	20%	5%	10%	10%	10%		10%		10%	10%
商務英文會話	15%	15%	10%	15%	10%			10%	5%	10%	10%
國際貿易實務	15%	15%	10%	10%	10%	10%		10%		10%	10%

進出口押匯	20%	20%			10%	10%	10%	10%		10%	10%
顧客關係管理	15%	20%	5%	10%	10%	10%		10%		10%	10%
貨運承攬實務	15%	15%	10%	10%	10%	10%		10%		10%	10%
會展產業與行銷	15%	15%	10%	10%	10%	10%		10%		10%	10%
品牌行銷	15%	20%	15%	10%	10%		10%	10%		10%	
競爭策略分析	15%	15%	10%	10%	10%	10%		10%		10%	10%

參、選修科目與核心能力對應一覽表

國際商務與行銷系專業選修科目與核心能力關聯表

選修科目	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)							
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新能力	學習分析能力
電子商務	◎	◎	●				○	○			
商業簡報技巧	●	◎		○			◎	○		●	○
創意行銷		●		◎	○		○	○		○	○
通路管理	◎	◎		○		○		○	○	●	○
服務業管理		◎		◎	○	○	◎	○	○	●	○
策略管理	◎	◎		◎	◎	◎	◎	●	○	◎	◎
門市服務管理	●	○	◎	○	○	○	◎	○	○	◎	○
顧客關係管理	●	○	◎	○	○	○	◎	○	○	◎	○
創新與技術管理	○	○	◎	●			○	◎	◎	○	
整合行銷與實務	◎	◎	●				○	○	○	◎	○
全球經貿分析		●		◎	○		○	○		○	○
行銷傳播	◎	◎		◎	◎	◎	◎	●	○	◎	◎
廣告管理實務	◎	◎		◎	◎	◎	◎	●	○	◎	◎

● — 非常相關 ◎ — 很相關 ○ — 相關

肆、課程與證照對應表

國際商務與行銷系課程與證照對應表(日四技)

		一年級		二年級		三年級		四年級	
		上	下	上	下	上	下	上	下
資訊能力	課程	商業套裝軟體	商業簡報技巧						
	證照	Word、Excel 檢定	PowerPoint 檢定						
語言能力	課程	英文(一)	英文(二)	英文實習(一) 商務英文會話(一)	英文實習(二) 商務英文會話(二)	商務英文寫作(一)	商務英文寫作(二)		
	證照	CSEPT	CSEPT	TOEIC 檢定	TOEIC 檢定	TOEIC 檢定	TOEIC 檢定		
專業能力	課程		會計學 電子商務	行銷管理 企業資源規劃 國際貿易實務	財務管理 國際貿易實務	進出口押匯實務(一) 貨運承攬實務 行銷企劃實務	進出口押匯實務(二) 關貿實務 國際行銷管理 會展產業與行銷	國際金融與匯兌 顧客關係管理	全球運籌管理
	證照		會計事務技術士丙級檢定 EC 標準級檢定	TIMS 初階行銷企劃認證 ERP-配銷模組軟體應用師	ERP-財務模組軟體應用師 國貿大會考	國貿業務技術士丙級檢定 航空貨運初級人才檢定 TBSA 商務企劃人才檢定	初階外匯人員檢定 報關實務人才檢定 國際行銷人才檢定 MICEA 會議展覽行銷應用師	ERP-CRM 軟體應用師	SOLE-DL 物流助理管理師國際證照檢定

伍、畢業門檻

本系已於 98 年 10 月課程發展規劃會議決議通過，自 99 學年度起將語言、資訊、專業核心能力納入學生畢業門檻，教學內涵精進「課程結合證照、證照推動實習、實習接軌就業」之學習路徑。各項畢業門檻能力指標要求如下：

- (一) 語言能力：要求各新生班導師確實督導學生完成校際 CSEPT 語文測驗外，另各年級學生擇優由語文中心選派師資輔導多益語文測驗，有效提昇學生職場競爭力。學生需通過英語 CSEPT 第一級或 TOEIC 初級，或通過日本語能力檢定，方能符合畢業條件。
- (二) 資訊能力：要求各資訊課程教師加強結合授課科目與相關專業證照考試，期能於課程結束同時經測驗通過取得資訊相關就業所需證照。學生需取得二張以上 Office 軟體應用相關證照，方能符合畢業條件。
- (三) 專業能力：透過實務應用專業課程，結合授課內容與專業證照考試，於課程結束經測驗通過取得相關就業所需證照，以強化學生之就業競爭力；學生需取得系審查通過二張以上專業證照，方能符合畢業條件。

陸、選課地圖

中華科技大學國際商務與行銷系課程導覽圖

一上	一下	二上	二下	三上	三下	四上	四下
體育(一)(1/2)	體育(二)(1/2)		體育(三)(0/2)	通識課程(六)(2/2)	通識課程(七)(2/2)	畢業技能檢定(0/0)	
英文(一)(2/2)	英文(二)(2/2)	英文實習(一)(1/2)	英文實習(二)(1/2)	體育進階(一)(1/1)	體育進階(二)(1/1)	企業經營管理實務講座(3/3)	
國文(一)(2/2)	國文(二)(2/2)	通識課程(四)(2/2)	通識課程(五)(2/2)	軍訓(一)(2/2)	軍訓(二)(2/2)	國際金融與匯兌(3/3)	競爭策略分析(3/3)
通識課程(三)(2/2)	通識課程(一) 中華人文(2/2)	進階英文(三)(2/2)	進階英文(四)(2/2)	專題研究(一)(1/2)	專題研究(二)(1/2)	顧客關係管理(3/3)	全球運籌管理(3/3)
服務學習(0.5/1)	勞作教育(0.5/1)	統計學(一)(3/3)	統計學(二)(3/3)	店舖行銷管理實習(3/3)	微型企業創業管理(3/3)	最後一哩職場實務實習	
進階英文(一)(2/2)	進階英文(二)(2/2)	行銷管理(3/3)	消費者行為(2/2)	國際商務組			
會計學(一)(3/3)	通識課程(二) 院核心通識(2/2)	企業資源規劃(3/3)	財務管理(2/2)	商務英文寫作(一)(2/2)	商務英文寫作(二)(2/2)	校外實習(一-3)(3/*)	校外實習(三-3)(3/*)
經濟學(一)(3/3)	商法(2/2)	商務英文會話(一)(2/2)	商務英語會話(二)(2/2)	貨運承攬實務(3/3)	關貿實務(3/3)	校外實習(二-3)(3/*)	校外實習(四-3)(3/*)
商業套裝軟體(2/2)	會計學(二)(3/3)	國際貿易實務(一)(3/3)	國際貿易實務(二)(3/3)	進出口押匯實務(一)(2/2)	進出口押匯實務(二)(2/2)	廣告管理實務(3/3)	形象管理(3/3)
兩岸經貿商務人才檢定輔導(2/2)	經濟學(二)(3/3)	通路管理(2/2)	電子商務(2/2)	專題製作(一)(1/2)	專題製作(二)(1/2)	衍生性金融商品(3/3)	金融創新(3/3)
基礎日文(2/2)	管理學(2/2)	日式企業經營管理(2/2)	日本企業概論(2/2)	行銷管理組		供應鏈管理(3/3)	整合行銷與實務(3/3)
生涯規劃(2/2)	多媒體應用(2/2)	財務報表分析(2/2)	行為財務(2/2)	商務英文寫作(一)(2/2)	商務英文寫作(二)(2/2)	國際企業經營策略(3/3)	物流個案研討(3/3)
國際政經分析(2/2)	商務簡報技巧(2/2)	進階日文(2/2)	門市服務與管理(2/2)	行銷企劃實務(2/2)	會展產業與行銷(2/2)	行銷策略個案分析(3/3)	行銷傳播(3/3)
國際文化與觀光(2/2)	商用日文(2/2)	服務業管理(2/2)	運銷與加盟企業管理(2/2)	品牌行銷(3/3)	國際行銷管理(2/2)	國際貿易技術士檢定輔導(3/3)	企業資源規劃應用實務(3/3)
	國際禮儀(2/2)	人力資源管理(2/2)	策略管理(2/2)	專題製作(一)(1/2)	專題製作(二)(1/2)	投資學(3/3)	網路行銷(3/3)
	職場英語(2/2)	商用日語會話(一)(2/2)	中國經濟概論(2/2)	中小企業管理(2/2)	產業分析(2/2)	創業管理(3/3)	品牌行銷專題講座(3/3)
		商業英文簡報技巧(2/2)	展覽與活動行銷(2/2)	多益檢定輔導(2/2)	風險管理(2/2)		
		創意思考訓練(2/2)	商務溝通與談判(2/2)	專利與創新方法(3/3)	科技管理(3/3)		
		全球經貿分析(2/2)	校外實習(一-1)(1/*)	創新與技術管理(3/3)	文化創意產業經營管理(3/3)		
		校外實習(一-2)(2/*)	校外實習(二-1)(1/*)	行銷英文(2/2)	會展英文(2/2)		
			校外實習(二-2)(2/*)	創意行銷(3/3)	專案管理(3/3)		
				行為與決策(2/2)	行銷研究(2/2)		
				公共關係(2/2)	個人理財(2/2)		
				校外實習(三-1)(1/*)	校外實習(四-1)(1/*)		
				校外實習(三-2)(2/*)	校外實習(四-2)(2/*)		

圖示說明

學校選修	學校必修
學院選修	學院必修
學系選修	學系必修

捌、專業必修科目核心能力質性說明

經濟學核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)							
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析
質性說明	具備經濟基礎應用學科理論架構和應用推導能力；能建立經濟思考和解決問題方法。			善用經濟知識解決問題能力；適應經濟環境變遷，具備整合各種學科，發展創造能力；具宏觀視野，能有效溝通，利用團隊解決問題。							
指標 權重	25%	25%		10%	10%	10%				10%	10%
	50%			50%							

會計學核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)							
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析
質性說明	具備會計基礎記帳及編製報表能力，進而學習分析財務報表，並據以進行決策及管理。			能以個人或團隊方式，運用網路、資料庫及各種管道蒐集財務報表資訊，以財務報表數據與財務報表使用人進行書面或口頭的有效溝通，並利用數據進行分析，找出多面向之問題解決策略。							
指標 權重	20%	20%	20%	10%			10%	10%			10%
	60%			40%							

統計學學生核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)							
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析
質性說明	具備基礎數量理論架構和應用推導能力；能建立系統性思考和解決問題方法；完成實作範例報告，並建立專題製作之統計分析能力。			具備創意思考，善用知識技能解決問題能力；藉著自我規畫與學習數量方法領域新知識，適應產業環境變遷，並能理解專業倫理與社會責任，能有效溝通，配合團隊解決產業相關問題。							
指標 權重	25%	25%			10%		10%	20%			10%
	50%			50%							

商業套裝軟體核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)								
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析	
質性說明	具備資料處理、檔案管理、資料庫管理、套裝軟體應用之能力；配合取得相關學科證照或證書。			培養學生對資訊的獲取、處理、管理、表達及交流的能力。強調運用資訊科技解決實際問題，以及能掌握資訊科技、感受資訊文化、增強資訊意識，使學生發展成為適應資訊化時代要求，並具有良好資訊素養的國民，進一步打造終身學習平臺。教學方法宜兼重教師課堂講授及學生實作練習。								
指標 權重	20%	20%	20%				10%	10%		10%	10%	
	60%			40%								

行銷管理核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)								
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析	
質性說明	介紹行銷決策應用之完整概念，讓學生了解行銷在企業內部的策略性地位，其知識內涵主要包括行銷環境發展趨勢與行銷資訊系統、消費者行為理論、市場區隔與定位、行銷組合策略(產品、訂價、通路、推廣)等，並加強以下重點： 1. 顧客關係管理 2. 品牌管理策略 3. 科技行銷 4. 社會行銷			<ol style="list-style-type: none"> 活潑生動的課程實施方式，讓學生深切瞭解行銷管理的重要內涵與發展趨勢，體認如何在環境快速變動的情況下有效地規劃、執行和控制行銷策略和方案，強化市場競爭地位，達成組織的使命和行銷目標，進而激發學生高昂之學習興趣與積極進取之求知態度。 透過個案研究及課程討論，訓練學生正確地表達意見及有效的溝通技巧。 結合小組報告教學方式，訓練學生團隊合作與協調能力，以有效溝通及解決問題。 靈活運用資訊科技輔助工具及各種教學方法，培養學生獨立思考與創意學習的能力。 藉著專業技能的增強，適應環境變遷，具備整合各種學科概念，發展創造新知識體系能力，及善用知識技能解決問題能力。 透過課程教學，營造學習型組織與環境，並且不斷地給予學生鼓勵，建立良好的自我管理與成長激勵，養成學生持續學習的正面態度與習慣。 								
指標 權重	15%	20%	15%	10%	10%		10%	10%		10%		
	50%			50%								

財務管理核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)								
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析	
質性說明	具備財務管理的理論並結合實務案例建立企業財務決策及規劃能力；強化本身處理財務問題的能力，配合取得相關證照。			以財管知識、技能，解決企業財務問題，學習團隊合作及有效溝通。								
指標	25%	20%	10%				15%	10%		10%	10%	
權重	55%			45%								

商務英文會話核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)								
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析	
質性說明	具備英文商務溝通能力，對於商業英文書信處理、表單設計、人際關係和諧處理等能力。			具備商務溝通與協調能力和其他特性知識，如辦公室行政秘書、主管商務行程安排與接待。進而成為具備專業素養之優質行政秘書或助理人員，協助企業主及主管解決企業經營與管理之實務問題的能力。								
指標	15%	15%	10%	15%	10%			10%	5%	10%	10%	
權重	40%			60%								

國際貿易實務核心能力指標

	專業能力 (Hard)			社會能力 (Soft)								
	技術運用能力	知識掌握能力	證照資格取得	主動進取能力	溝通協調能力	團隊合作能力	科技運用能力	解決問題能力	自我管理	規劃創新	學習分析	
質性說明	具備國際貿易相關理論與法規知識，應用專業套裝軟體協助執行國際貿易各項流程作業，進而建立系統性思考和解決問題方法；配合取得相關學科證照或證書。			具備創意思考，善用知識技能解決問題能力；藉著技能和不斷學習，適應產業環境變遷；具備整合國際貿易與企業經營相關學科概念，發展創造新知識體系能力，以提供流通服務業所需之物流、資訊流、金流相關的專業能力。								
指標	15%	15%	10%	10%	10%	10%		10%		10%	10%	
權重	40%			60%								