



NTU SPECS

臺灣大學進修推廣部
NTU School of Professional Education and Continuing Studies

資訊科技與行銷(數位行銷)



楊立偉老師

臺大商研所兼任助理教授
意藍資訊董事總經理



- 行銷的理論與工具一直在持續進步。隨著資訊科技的發展，有越來越多的方法可以協助企業掌握目標市場、了解客戶、擬定有效的行銷策略，達成「科學化」行銷之目的。本課程以資訊科技的觀點，介紹各項資料庫、網路、行動等技術如何應用在行銷與顧客關係管理上，並挑選產業個案加以分析。是一門建立理論基礎及結合實務應用的課程。



課程目標包括

1. 了解資訊科技下的行銷理論基礎與架構
2. 了解各種資訊科技的發展，
以及如何應用於行銷與顧客關係管理
3. 了解資訊科技時代下最新的行銷管理議題



在課程主題上，包括了資料庫行銷、網路行銷、行動應用、智慧識別等，產業個案包括電信、金融、零售流通、餐飲、運動休閒、高科技等。

本課程授課方式主要採用課堂上課，以投影片搭配實務案例解說，並包含分組討論與問答。

本課程修課學生不限產業背景或工作性質。

- 1. E-Marketing (7th edition) by Strauss & Frost. Pearson.

網路行銷概論 (7版). 華泰

- 2. 明天的遊戲規則：運用數位槓桿，迎向市場新局

黃俊堯, 先覺

- 3. 其它個案講義



■ 授課方式：

課堂授課、個案分析、分組討論

■ 評分標準

上課參與 20%

分組作業報告 30%

期中考 20%

期末分組專題 30%



- 第二次上課選擇並固定之後教室中的座位。
- 以六個人為小組單位進行分組討論與作業專題。

週數	單元主題
1	數位行銷導論
2	網路行銷 (1) Web
3	網路行銷 (2) Social media
4	網路行銷 (3) Search engine
5	網路行銷 (4) 個案分析
6	網路行銷 (5) 個案分析
7	資料庫行銷 (1) BI
8	資料庫行銷 (2) Data mining

課程進度(續)



週數	單元主題
9	期中考
10	顧客關係管理 (1) 1-to-1 & Loyalty
11	顧客關係管理 (2) Listening
12	專題討論 (1) 電子商務
13	專題討論 (2) 行動行銷
14	專題討論 (3) 虛實整合O2O
15	期末專題報告