



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

平台策略與數位經營



黃俊堯教授

臺灣大學工商管理學系暨商研所

孔令傑助理教授

臺灣大學資訊管理學系暨研究所

課程目的

數位科技的應用關乎企業的長期發展方向，也牽涉企業內部各功能領域的整合考量。學習平台策略與數位經營的目的主要是讓我們從管理者的角度，思考企業如何在競爭的環境中，構築競爭優勢、提升企業經營績效、達成永續成長。有鑑於近年來以資訊科技打造的平台商業模式正逐漸顛覆各傳統產業，本課程從平台策略、平台經濟、平台治理等議題出發，探討數位時代組織必須掌握的價值創造、遞送與溝通新貌。課程內容包括以下主題：導論、資訊科技的演進趨勢、平台策略與管理、企業創新與價值創造、電子商務、互聯網+。一個學期的課程安排中，我們將透過小組以及個案，來討論各個主題。

- 平台革命：席捲全球社交、購物、遊戲、媒體的商業模式創新。陳威如與余卓軒著；出版社：商周出版。
- 交友網站學到的10堂經濟學：史丹佛教授教你交通阻塞、申請學校、尋找另一半背後的市場法則。作者：保羅·歐耶爾；譯者：郭恬君；出版社：商周出版。
- 看懂然後知輕重：「互聯網+」的十堂必修課。黃俊堯著；出版社：先覺出版。
- 明天的遊戲規則。黃俊堯著；出版社：先覺出版。
- 個案、課堂講義、學術文章等。



授課方式/評分標準

■ 授課方式

理論介紹、團體討論、個案研討、課堂參與。

■ 評分標準

期末考 40 分，團體報告 40 分，

平時成績 20 分

■ 期末考

題型為問答題以及簡答題。

■ 團體報告

學生需要加入一個小組，共同完成一個團體報告。一組以一個公司為研究標的，報告公司如何建構其平台策略或利用數位經營取得競爭優勢。每組報告時間為 20 分鐘。書面報告繳交截止日期為該組報告當日。報告內容需包含：(1) 公司簡介，(2) 所採用的平台策略或數位經營模式為何，(3) 公司如何據此達到商業模式創新或流程改善？成果為何？(4) 評估其成功或失敗的關鍵因素。

上課注意事項

由於本課程有多次課堂活動（包括哈佛個案與團體討論），因此上課出席是非常重要的，希望同學踴躍參與各項活動，相關事項將在課堂中宣布。課堂討論與回饋進行時，請積極發言。

課程綱要與進度

項次	主題	內容概述
一	平台策略概論	課程介紹 平台商業模式
二	資訊經濟學	篩選理論與訊號理論 網路交友平台上的資訊經濟學
三	商業模式選擇	經銷模式與平台模式、平台策略成功條件 個案討論：Amazon
四	平台訂價	交叉補貼、平台營收模式 個案討論：Google
五	平台治理	共享經濟 配對平台設計
六	平台競爭	補貼策略、市場定位、平台擴充性 個案討論：PatientsLikeMe
七	數位新局中的顧客經營	重新詮釋顧客導向 數位經營的左腦與右腦

課程綱要與進度(續)

項次	主題	內容概述
八	數位場景裡的價值溝通	SoLoMo場景 數位溝通新貌
九	數位場景裡的價值創造	數據能力的四道門檻 由數據到體驗
十	數位場景裡的價值遞送	郵電商到O2O，再到新零售 個案討論：蘇寧雲商
十一	互聯網+新局裡各垂直領域變化	數位金融 新媒體 工業4.0
十二	前瞻新時代裡各種組織的數位經營	既有組織面臨的數位時代挑戰 面向破壞性創新的組織決策 個案討論：Adobe
十三 十四	團體報告(1)、(2)	
十五	期末考	