



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

數位生態系之連續與不連續創新



江炯聰名譽教授(臺大工商管理系)

沈舉三博士

蘇書平老師

劉家銘老師

本課程設計的主要對象為企業界人士，內容將針對「數位生態系之連續與不連續創新」密切相關的知識與方法進行有系統且濃縮精簡的探討。具體言之，本課程由兩大主軸構成：一為「創新之連續與不連續」，二為「數位生態系的創新」。本課程第一部「創新之連續與不連續」共有五單元。首單元簡述企業創新策略；次二單元討論標準戰爭與主流設計以及創新的生命週期與S曲線；末兩單元聚焦顛覆性創新以及創新不連續與創新兩難。本課程之第二部「數位生態系的創新」討論各類創新模式，共八大主題：(1) 平台；(2) 從+互聯網到互聯網+；(3) 人工智能；(4) 移動；(5) 群眾與社群媒體；(6) 數據與雲；(7) 內容影音；(8) 金融創新。本課程第二部將運用眾多世界著名案例，說明各類數位生態系之連續與不連續創新。

本課程旨在針對「數位生態系之連續與不連續創新」進行有系統的學習與實務分析。教學內容結合理論與實務，輔以眾多世界代表性案例加以研析，希能使學員迅速有效地掌握現代「數位生態系之連續與不連續創新」的關鍵原理原則，而大有助於個人與企業在數位時代之成長與發展。



授課時間/教材/方式/評分標準

授課時間：每周一晚上7：00-9：45，
107/9/17-108/1/7，共15周

授課教材：隨堂分發講義，課後提供電子檔。

授課方式：講演、小組作業與學期報告。

評分標準：課堂討論20%，小組作業40%，
小組學期報告40%。

課程綱要與進度

週數:日期	單元主題
第一部: 數位生態系(Digital Ecosystems)	
1:09/17	連續與不連續創新(Continuous and Discontinuous Innovations) 企業創新策略 (Business Innovation Strategy)
2:10/01	電商(E-Commerce): Amazon, Alibaba... 社群媒體(Social Media): Facebook, Tencent...
3:10/08	搜尋(Search Engine): Google, Baidu... 支付(Payment and Fintech): Paypal, Alipay, Ant Financial... 旅遊(Travel): Expedia, Booking...
第二部: 人工智能與人腦(Artificial Intelligence and Human Mind) 案例: Netflix, Spotify, Toutiao, Moneyball...	
4:10/15	數據驅動之決策(Data-Driven Decision Making)
5:10/22	內容, 影音與串流(Content, Entertainment and Streaming)
6:10/29	數位行銷(Digital Marketing)

課程綱要與進度(續)



週數:日期	單元主題
第三部: 產品與平台(Product and Platform) 案例: IBM, Microsoft, Lenova, Android, iPhone, Huawei...	
7:11/05	移動(Mobility)
8:11/12	線上線下(Online to Offline, O2O)
9:11/19	物聯網(Internet of Things, IoT), 雲(Cloud)
第四部: 群眾與核心(Crowd and Core) 案例: Uber, Airbnb, Didi, BlaBlaCar...	
10:11/26	共享經濟(Sharing Economy)
11:12/03	虛擬貨幣(Virtual Currency)
12:12/10	去中心化與區塊鏈(Decentralization and Blockchain, Bitcoin, ICO, Smart Contract)
13:12/17	數位治理, 信任與監管(Digital Governance, Trust and Regulations)
第三部: 綜合討論與報告	
14:12/24	綜合討論
15:01/07	學員期末報告