



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

潘令妍 助理教授  
臺大事業經營碩士在職學位學程

胡凱焜 助理教授  
臺大生物科技管理碩士在職學位學程

**授課時間：**每週一晚7:00-9:45，2/21(一)開學

**授課地點：**實體教室或遠距直播  
(本課程將採用線上/線下混合方式授課)

## 課程目標：

隨著資訊科技的匯流進化、產業競爭的多元變化，企業在運營上的思維亦該重新思索與布局。近來，平台與數位化融匯的商業經營模式更是現代管理者競相投入鑽研的策略方向。在瞬息萬變的經營環境與數位發展環境當下，本課程希冀藉由平台策略的相關介紹以及闡釋數位經營的多重面向，帶給學員們不同的啟發和創新想法。

從實體走向虛擬、從微觀步入宏觀，課程中將試圖引導學員們從單一視角邁向多元布局，透過整合性的管理面向重新檢視產業環境的變革、跨域整合，以及槓桿企業的內外部資源，並據以勾勒未來可行的商業經營策略。

本學期的課程將透過理論講授、個案討論、工作坊實作演練、以及邀約外賓演講等授課方式，來提供學員們多重思維的觀點，紮根平台策略與數位經營相關之思考脈絡與實作能力。期待在修習完本學期的課程之後，學員們得以應用課程中所習得之知識、理論和工具，完成期末的團體報告，在未來更能夠實際運用於各個產業或企業環境中。

本課程之教材將以兩位教授所自製及發放的講義為主。另提供參考書目，學員們可自行決定是否購買、或逕至圖書館借閱即可。

參考書目如下：

1. Evans, David S. and Schmalensee, Richard (2007). Catalyst Code: The Strategies Behind the World's Most Dynamic Companies. Cambridge: Harvard Business Review Press.
2. Parker, Geoffrey G., Van Alstyne, Marshall W., and Choudary, Sangeet Paul (2016). Platform Revolution: How Networked Markets Are Transforming the Economy - and How to Make Them Work for You. New York: W. W. Norton & Company.
3. 杜一凡 (2018) , 「網紅經濟：善用直播平台，經營粉絲，素人也能大吸金」，台北：有意思出版社。

4. 邱永和 譯 (2004) , 「網路資訊經濟學」(原作者: Oz Shy, The Economics of Network Industries), 台北: 雙葉書廊有限公司。
5. 陳威如、余卓軒 (2013) , 「平台革命: 席捲全球社交、購物、遊戲、媒體的商業模式創新」, 台北: 商周出版。
6. 陳建勳 譯 (2005) , 「草根媒體」(原作者: Dan Gillmor), 台北: 金石堂。
7. 菲利浦·科特勒、陳就學、伊萬·塞提亞宛著, 林步昇譯 (2021) , 「行銷5.0: 科技與人性完美融合時代的全方位戰略, 運用MarTech, 設計顧客旅程, 開啟數位消費新商機」, 天下雜誌出版。
8. 菲利浦·科特勒、陳就學、伊萬·塞提亞宛著, 劉盈君譯 (2017) , 「行銷4.0: 新虛實融合時代贏得顧客的全思維」, 天下雜誌出版。
9. 黃瓊仙 譯 (2019) , 「SNS社群行銷術: 關鍵就是3F」(原作者: 藤村正宏), 台北: 凱特文化。

10. 詹文男、李震華、周維忠、王義智、數位轉型研究團隊（2020），「數位轉型力」，商周出版。
11. 黃俊堯（2019），「數位轉型全攻略：虛實整合的WHAT，WHY與HOW」，商業周刊出版。
12. 潘進丁、王家英（2019），「O型全通路時代26個獲利模式」，商業周刊出版。
13. 牧田幸裕（2018），「數位行銷教科書：虛實全通路導入大數據的獲利管理學」，幸福文化出版。

本課程將採用線上/線下混合方式授課。課程中將以講授相關議題、理論和工具為主，其中亦納入個案討論、工作坊實作演練以及外賓演講等方式同步進行，最終希望學員們可以靈活運用課程上所提及的相關知識，完成期末報告。

評量方式	成績占比	評分內容說明
【個人】課程參與和表現	30%	課程出席狀況與發言紀錄
【個人】外賓演講心得報告	30%	每位學員需繳交兩次外賓演講之心得報告；每次的心得報告至少1頁A4，格式不拘
【分組】團體期末報告	40%	每位學員需加入一個小組，期末報告須選定一個特定企業作為標的進行研究，報告內容至少須包含四大主軸： （一）該企業之簡介 （二）值得該企業發展之平台策略或數位經營模式為何？為什麼？ （三）該企業如何據此平台策略或數位經營模式，達成商業模式創新、流程改善、或生態系規劃等，以取得競爭優勢？ （四）評估該企業採行此種平台策略與數位經營模式後可能面臨之挑戰為何？

# 課程綱要與進度

週數	單元主題
第1週 (2022/02/21)	數位經濟與平台導論 (胡凱焜老師 + 潘令妍老師)
第2週 (2022/03/07)	平台革命與價值移轉 (胡凱焜老師)
第3週 (2022/03/14)	平台觸媒策略 (胡凱焜老師)
第4週 (2022/03/21)	平台商業模式 (胡凱焜老師)
第5週 (2022/03/28)	外賓演講 (I)：數位平台資料分析
第6週 (2022/04/11)	平台的創新與加值 (胡凱焜老師)
第7週 (2022/04/18)	平台與生態系 (胡凱焜老師)
第8週 (2022/04/25)	平台設計工作坊 (胡凱焜老師 + 潘令妍老師)
第9週 (2022/05/09)	數位場域中的產業新常態與新連結 (潘令妍老師)
第10週 (2022/05/16)	數位時代的消費型態與溝通模式 (潘令妍老師)
第11週 (2022/05/23)	數位環境的顧客洞察與體驗塑造 (潘令妍老師)
第12週 (2022/05/30)	從數位化、數位優化到數位轉型 (潘令妍老師)
第13週 (2022/06/06)	外賓演講 (II)：數位經營的策略思維
第14週 (2022/06/13)	數位經營的布局和挑戰 (潘令妍老師)
第15週 (2022/06/20)	期末報告 (胡凱焜老師 + 潘令妍老師)