



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

資訊科技與行銷 (遠距教學)



楊立偉教授

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、社群行銷、智慧識別等，產業個案包括金融、零售流通、消費性產業、高科技等。

- 本課程修課學生不限產業背景或工作性質。

1. E-Marketing (8th edition) by Strauss & Frost. Pearson.

網路行銷概論 (8版)，華泰

2. Marketing Management (15th) by Philip Kotler & Kevin Keller. Prentice Hall.

行銷管理 (15版)，華泰

3. 社群大數據：網路口碑及輿情分析 (2版)，楊立偉，前程

4. 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%

■ 修課規定：

以4~5個人為小組單位進行分組討論與作業專題。

- L1 跨入數位行銷之導論
- L2 專題討論-社群數據與行銷
- L3 專題討論-電子商務及廣告
- L4 專題討論-客群經營
- L5 行銷計畫
- L6 市場研究
- L7 行銷組合
- L8 網路行銷傳播
- L9 網路效應與平台策略
- L10 客戶關係管理