

國立臺灣大學進修推廣部推廣教育非學分班招生簡章

「顧客導向的數位行銷研習班」第 2 期

知己知彼 百戰百勝！

掌握消費者需求 聰明運用數位行銷平台的必修課程

數位通訊技術的快速發展，使得行銷管道多元化與複雜化。除了傳統的行銷活動外，當今的行銷者尚須有效整合運用數位環境中各種行銷模式，方能全面滿足顧客的多變需求、管理異質化客群、有效地完成價值的創造、溝通與遞送。本課程將透過觀念架構闡釋與實務案例討論，有系統地帶領學員探索數位時代應具備的環境面與工具運用面認知，理解數位環境中顧客導向行銷操作的具體邏輯，掌握國內外數位行銷的前沿與趨勢。

授課老師：臺灣大學工商管理學系黃俊堯教授

臺灣大學工商管理學系楊立偉教授(現任龍捲風科技 董事總經理)

(本部得保留課程及師資調整異動之權利)。

課程目的：本課程將透過觀念架構闡釋以及實務案例討論，有系統地教授行銷者於數位時代應備的環境理解與應有的平台運用認知。

對於數位行銷有興趣之各種背景修課學員，透過本課程可：

- * 掌握數位行銷環境中顧客導向的重要性與相關管理面思考架構。
- * 取得數位環境中的市場洞見並通曉其發掘管道。
- * 熟悉數位環境中的行銷決策資訊的種類與取得方法。
- * 瞭解如何透過各種數位溝通平台的整合以極大化行銷溝通效果。
- * 認識數位零售戰場實相與電子商務規劃原則。
- * 習得資料庫分析運用於數位行銷的梗概。

招生對象：凡對數位行銷相關課題感興趣者皆可參加。

本課程特別適合 1. 對於行銷有基礎認知，但不熟悉數位行銷操作，而對數位行銷有高度興趣者。

2. 已有片段數位行銷操作經驗，而亟欲掌握數位行銷全貌與其完整邏輯者。

3. 欲通盤了解國內外數位行銷與電子商務經營發展趨勢者。

本課程較不適合 1. 僅對某項數位行銷應用領域有高度興趣，欲深入了解該工具之操作細節者。

2. 對於數位行銷之全球變貌與發展前沿無興趣者。

課程時數：每週一次，共計 7 週 21 小時。

上課時間：102 年 4 月 11 日起，每週四晚間 19：00-21：45

(授課日期或上課時間如有異動將另提前公告通知或公告於本部一樓大廳課程電子看板)。

上課地點：臺灣大學進修推廣部(臺北市羅斯福路 4 段 107 號)。

招生人數：以 50 人為原則，將依照報名者繳費順序錄取至額滿為止。

未達 30 人得不開班。本部保留增額或不足額開班之權利。

課程內容：

| 上課日期 | 課程主題 | 師資 |
|---------|-----------------|--------|
| 4/11(四) | 數位環境與顧客導向 | 黃俊堯 教授 |
| 4/18(四) | 數位行銷溝通模式 | 黃俊堯 教授 |
| 4/25(四) | 數位行銷溝通實務 (I) | 楊立偉 教授 |
| 5/2(四) | 數位行銷溝通實務 (II) | 楊立偉 教授 |
| 5/9(四) | 面向消費者的電子商務 (I) | 黃俊堯 教授 |
| 5/16(四) | 面向消費者的電子商務 (II) | 黃俊堯 教授 |
| 5/23(四) | 資料庫行銷實務 | 楊立偉 教授 |

費用：13,500 元。

學費優惠：

早鳥專案：於 102 年 3 月 28 日前完成報名繳費者，學費優惠價:12,000 元

◎臺大身份優惠：本校校友、教職員工及本部舊生，除享有早鳥專案外，另每位再折價 500 元。

◎愛心優惠價：滿 65 歲以上人士、身心障礙人士及低收入戶領有證明者，除享有早鳥專案外，另每位再折價 1000 元。

(註：如同時符合臺大身份優惠和愛心優惠，僅能擇一優惠使用)

報名手續：一律採線上報名，請至「臺灣大學推廣教育網」<http://training.dpd.ntu.edu.tw>點選本期「顧客導向的數位行銷研習班」進行線上報名步驟後並下載列印繳費單，並完成繳費手續。本課程將依照報名者繳費順序錄取至額滿為止。

繳費方式：詳細說明請參閱下載的「繳費單」。完成繳費後請妥善保存繳費憑據。

結業：修業期滿，缺課次數未超過全期上課次數五分之一並通過學習評量者，由本部核發推廣教育證明書。

其他事項：(1) 本班為研習班(非學分班)，不授予學分、學位證書及不發成績單。

(2) 本課程可登錄公務員終身學習時數。

(3) 本部有權保留課程變動及時間調整之權利，課程若有變更將會提前告知學員。

(4) **學費退費規定：**學員自報名繳費後至實際上課日前退學者，退還已繳學費之九成。自實際上課之日算起未逾全期三分之一者退還已繳學費之半數。在班時間已逾全期三分之一者，不予退還。申請退費必須附上收據正本(學員聯)及申請書，缺一不可，否則不予受理。

(5) 本班無補課機制，課程均須於當期修習完畢。

- (6) 學員於修習期間應遵守本部規定，如有不當行為或影響授課或影響其他學員之學習，經通知仍未改善者，本部得取消其修讀資格，且不予退費。
- (7) 患有或疑似患有 SARS 或其它法定傳染病者，本部得拒絕其入學及上課。
- (8) 就讀本班不得辦理兵役緩徵。
- (9) 本簡章若有未盡事宜，本部保留得以隨時修改之權利。

課程簡介

1. 數位環境與顧客導向 (4月11日)

本單元將說明顧客導向的意涵，並介紹數位行銷工具運用與顧客導向概念間的多元關連。

- 「行銷近視」
- 顧客導向的質性與量化解理解

2. 數位行銷溝通模式 (4月18日)

本單元將介紹各種數位行銷溝通模式，探討各模式的用處與侷限，說明模式整合之必要。

- 數位化市場情報掌握
- 整合數位行銷溝通諸元

3. 數位行銷溝通實務 (I) (4月25日)

本單元將介紹如何透過網路或搜尋引擎，獲取最大的行銷效果，以及如何評估成效。

- 搜尋行銷與最佳化
- 行銷成效追蹤與分析

4. 數位行銷溝通實務 (II) (5月2日)

本單元將介紹如何應用社交網路，達成與客戶溝通、訊息擴散、以及經營客戶關係等目的。

- 社群與口碑行銷
- 社群口碑監測與分析

5. 面向消費者的電子商務 (I) (5月9日)

本單元將介紹顧客導向的 B2C 電子商務經營要旨。

- 數位零售戰場實相
- B2C 電商經營的四要力

6. 面向消費者的電子商務 (II) (5月16日)

本單元將透過一真實個案的深入討論，介紹 B2C 電子商務的各種市場端規劃考量。

- B2C 電商評估與規劃邏輯
- 兩岸 B2C 電商環境之比較與討論

7. 數位環境中的行銷策略規劃 (5月23日)

本單元將說明如何運用客戶與交易資料，進行資料分析，以擬定有效的數位行銷策略，並介紹產業案例與工具。

- 顧客資料與行為分析
- 顧客導向之行銷策略規劃