



## 國立臺灣大學進修推廣學院推廣教育非學分班招生簡章 「大數據與商業分析—行銷篇」第 6 期

### 揭開商業大數據的秘密，數位行銷這樣做更有效

根據 McKinsey 最新全球研究報告指出，大數據改變企業最多的地方，就在於行銷及銷售部門。當今數位時代下，藉由大數據和各種最新的廣告及資訊科技，為企業實現了以顧客為中心的行銷策略，可以協助掌握顧客旅程，強化顧客關係，進而提升企業的各项營運成果。本課程將從數據的角度出發，介紹各種重要的數位行銷策略，包括跨入數位行銷的四大步驟、社群、廣告、電子商務、以及客群經營等，配合豐富的產業案例，帶領同學進入大數據行銷的殿堂。

**授課老師：**臺大工商管理學系 楊立偉教授（現任意藍資訊董事總經理）

**課程目的：**了解大數據行銷之目的及理論，發展相關觀念及能力，了解產業知識及重要議題。

**課程內容：**詳細內容請參閱後附課程大綱。

**招生對象：**凡對本課程有興趣者皆可參加。

**課程次數：**每週 1 次，共 2 堂課 12 小時。

**上課日期：**110 年 3 月 19 日、3 月 26 日，每週五。

**上課時間：**上午 9:00-12:00 及下午 13:30-16:30

**上課地點：**臺大進修推廣學院（臺北市羅斯福路 4 段 107 號）。

**招生人數：**以 60 人為原則，未達 30 人得不開班，依照繳費順序錄取至額滿為止。

本學院保留增額或不足額開班之權利。

- 因應新冠肺炎疫情考量，將視情況改以視訊授課或延後開課。
- 個人如因疫情需進行隔離/檢疫/自主管理，致使無法上課者，請檢附證明文件，開課前得申請全額退費(保留)，課間則依比例申請退費或保留。

**學費定價：**10,000 元

**早鳥優惠：**於 110 年 1 月 29 日前完成繳費者，學費優惠價:8,000 元。

**其他優惠：**

1. 臺大教職員工優惠：6 折。
2. 臺大校友/ILO、本學院舊生、年滿 65 歲、身心障礙及低收入戶領有證明者：可再折價 1,000 元。

註 1: 早鳥優惠可與其他優惠身分者合併使用，如逾早鳥優惠日則依原價折扣。

註 2: 優惠身分僅能擇一使用，請以優惠金額繳費，並於繳費時提供優惠證明。

**報名繳費：**請至「臺大推廣教育網」<https://www.ntuspecs.ntu.edu.tw> 進行線上報名，可採信用卡或 ATM 轉帳方式繳費。

※繳費收據將於開課日提供；如需提前領取，請來電告知。收據抬頭係依台端報名所填資料為準，若因故需更改請另申請辦理。



**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，由本學院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) 本學院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開班上課日前退學者，退還已繳學費之九成。自開班上課之日算起未逾全期三分之一者，退還已繳學費之半數。開班上課時間已逾全期三分之一者，不予退還。
  - (i) 申請退費必須附上收據正本及申請書，缺一不可，否則不予受理。
  - (ii) 本學院退費係以支票或匯款方式辦理，受款人依開立之收據抬頭為準。
- (5) 本班無補課機制，課程均須於當期修習完畢。
- (6) 如遇天然災害(颱風、地震、洪水、豪雨)，臺北市政府宣佈停課，當日課程原則上將另擇日補課乙次，惟時間須與任課老師協商後再行通知。
- (7) 學員於修習期間應遵守本學院規定，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，本學院得取消其修讀資格，且不予退費。
- (8) 經確定可上課之學員如經發現資格不符規定，或所繳證件有偽造、假借、塗改等事情，即取銷錄取資格或開除就讀資格，且不發給任何有關之證明。如係在取得後始發覺者，公告並勒令撤銷核發之推廣教育證明書。
- (9) 患有或疑似患有法定傳染病者，本學院得拒絕其入學及上課。
- (10) 就讀本班不得辦理兵役緩徵。
- (11) 本簡章若有未盡事宜，本學院保留得以隨時修改之權利。
- (12) 課程詳細內容洽詢電話: (02)23620502 分機 219 吳小姐。



## 「大數據與商業分析—行銷篇」第 6 期 課程大綱

授課老師：臺大工商管理學系 楊立偉教授

上課日期：110 年 3 月 19 日、3 月 26 日

上課時間：全日上課(上午 9：00-12：00 及下午 13：30-16：30)

上課日期	課程主題	課程重點
3 月 19 日(五)	Session 1 大數據行銷	1.1 跨入大數據行銷的四大步驟 1.2 認得你的客戶 1.3 溝通、互動、及擴散 1.4 目標轉換 1.5 追蹤、測量、及分析
	Session 2 社群數據及行銷	2.1 數位時代下的顧客旅程 2.2 社群觀測及分析 2.3 認識社群數據指標 2.4 社群數據分析個案研討
3 月 26 日(五)	Session 3 電子商務及廣告	3.1 以數據協助規劃品牌內容 3.2 如何開發客戶、倍增流量 3.3 提升成效的方法 3.4 電商數據分析個案研討
	Session 4 客群經營	4.1 顧客關係行銷 4.2 人群大數據 4.3 客戶分群及經營策略 4.4 會員數據分析個案研討

※本學院保留課程安排及師資調整異動之權利，授課日期、時間、地點或單元主題如有調整將會另行提前通知（或公告於本學院 1 樓大廳課程電子看板）。