



國立臺灣大學進修推廣部推廣教育非學分班招生簡章

「互聯網思維與數位行銷：概念與應用」第 2 期

掌握數位先機 聰明運用數位行銷的必修課程

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，當今的行銷者亟需有效整合運用數位環境中各種行銷模式，全面觸及與滿足顧客的多變需求、管理異質化客群、創造價值、有效溝通與遞送訊息。

本課程將透過概念與應用兩大構面，有系統地帶領學員透析時下最夯的互聯網及數位行銷環境與工具；在應用面部分，解析各種數位行銷工具及應用方式，包括搜尋引擎行銷、社群及口碑行銷、行動行銷等，並帶入大數據分析技巧，以豐富的業界案例及實務經驗，引領學員感受數位行銷科學化的一面。

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（現任意藍資訊 董事總經理）

課程目的：透過概念與應用兩大構面，系統化透析時下最夯的互聯網，及數位時代應具備的環境面與工具運用面認知，理解數位行銷操作的具體邏輯，掌握數位行銷的前沿與趨勢。

招生對象：本課程著重概念與應用剖析，凡對本課題感興趣者皆可參加。特別推薦給：

1. 對於行銷有基礎認知，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，亟欲掌握數位行銷全貌與其完整邏輯者。
3. 欲掌握國內外數位行銷經營發展趨勢者。

※建議上完本課程後可繼續修讀「互聯網思維與數位行銷：實戰篇」課程，更嫻熟數位行銷的操作與應用。

課程次數：每週一次，共計 9 次。

上課時間：105 年 11 月 16 日起，每週三晚間 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。

費用：16,500 元

學費優惠：

早鳥專案：於 105 年 10 月 31 日前完成報名繳費者，學費優惠價：15,000 元

◎臺大身份優惠：本校校友、教職員工及本部舊生，每位可再折價 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，每位再折價 1,000 元。

註 1：如同時符合臺大身份優惠、愛心優惠，僅能擇一優惠使用。

註 2：使用優惠者請於課前出示證明。



NTU SPECS

臺灣大學進修推廣部
NTU School of Professional Education and Continuing Studies

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「互聯網思維與數位行銷：概念與應用研習班第2期」進行線上報名步驟後並下載列印繳費單，並於三天內完成繳費手續。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(學員聯)及申請書，缺一不可，否則不予受理。
 - (ii) 本部退費係以支票開立，支票收款人依當時學費收據抬頭為主，若需更改支票收款人，須將相關切結書及同意書填妥並蓋公司大小章連同收據、申請書一併繳交始得辦理。
- (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)，台北市政府宣佈停課，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。
- (8) 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。
- (9) 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。
- (10) 就讀本班不得辦理兵役緩徵。
- (11) 本簡章若有未盡事宜，本部保留隨時修改之權利。
- (12) 有關本課程詳情請洽(02)23620502#212 吳小姐。



「互聯網思維與數位行銷：概念與應用」第2期課程大綱

上課時間：105年11月16日起，每週三晚上7:00-9:45。

授課老師：臺灣大學工商管理學系黃俊堯教授、楊立偉教授(現任意藍資訊董事總經理)

上課日期	課程主題	課程重點	
11/16	互聯網大局裡的策略視野	<ul style="list-style-type: none"> ※ 互聯網大局的基本邏輯 ※ 互聯網商機的核心：「顧客導向」 ※ 台灣的互聯網商業發展與瓶頸 	概念篇： 黃俊堯教授
11/23	互聯網的經營基礎：數位溝通	<ul style="list-style-type: none"> ※ 數位溝通工具的作用原理 ※ 數位溝通工具的使用限制 ※ 數位溝通工具的整合邏輯 	
11/30	解析數位環境下的顧客與價值創造	<ul style="list-style-type: none"> ※ 數位環境裡的價值創造邏輯 ※ 平台概念解析 ※ 用右腦理解顧客 ※ 用左腦理解顧客 	
12/7	解析 SoLoMo 與 O2O	<ul style="list-style-type: none"> ※ 理解 SoLoMo 二元世界 ※ 掌握 O2O 多變樣態 ※ 廣義電商的操作邏輯 	
12/14	「互聯網+」新局	<ul style="list-style-type: none"> ※ 甚麼是「互聯網+」？ ※ 物聯網與大數據 ※ 「數位槓桿」綜論 	
12/21	跨入數位行銷的四大步驟	<ul style="list-style-type: none"> ※ 在數位世界認識你的客戶 ※ 科學化的數位行銷 ※ 從溝通、互動、到擴散 ※ 效益追蹤與分析 	應用篇： 楊立偉教授
12/28	數位行銷工具大解密之一	<ul style="list-style-type: none"> ※ 高轉換率— 搜尋引擎及關鍵字廣告 ※ 高觸及率— 臉書廣告及粉絲團 ※ 目光焦點— 影音廣告及行動廣告 ※ 精準曝光— 定向廣告 ※ 綜合案例 	
106年 1/4	數位行銷工具大解密之二	<ul style="list-style-type: none"> ※ 內容為王— 部落格與網站經營 ※ 借力使力— 社群及口碑行銷 ※ 整合企劃及工具比較 ※ 綜合案例 	
1/11	大數據來幫忙	<ul style="list-style-type: none"> ※ 內部數據— 資料探勘與客戶分析 ※ 外部數據— 市場洞察與口碑分析 ※ 綜合案例 	

※本部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（或公告於本部1樓大廳課程電子看板）。