國立台灣科技大學 114學年 第2學期　課程大綱

Spring 2026 NTUST Course Outline

授課教師：成力庚,
江藍龍,張譯尹

Instructor:Cheng, Li-Keng,CHIANG,LAN-LUNG,Yi-Ying Chang

課程名稱：數位轉型與品牌傳播專題

Course Title：Digital Transformation and Brand Communication

2026/11/3

課程代號： BA6212702 Course Code 學分數： 3 Credits	必選修：選修/半學年 Required/Electve:Elective/Half Yr. 先修課程： Prerequisites
節次教室： Time/Location	FA(MA-316) FB(MA-316) FC(MA-316)
專業核心能力： Core Professional Competencies	■解決問題之能力 (Problem Solving) ■管理專業知識 (Comprehensive management knowledge)
課程網址： Course Website	
課程宗旨： Course Objectives	自MarTech教父Scott Brinker 2008年提出行銷科技（MarTech）的概念以來，全球行銷科技提出的商業問題解決方案，已從2014年的947種，到達現今的8,000種。毋庸置疑的，行銷科技已經對企業的品牌溝通與管理造成重大影響。再者, 過去十年來，「多邊平臺」此一商業模式蔚為風潮，在零售業有 eBay 與淘寶、在交通方面有 Uber 與滴滴打車、在旅遊住宿上有 Airbnb、在手機產業有 Android 和 iOS、在醫療照護有 PatientsLikeMe、在教育有 Coursera 與 edX，影響遍及各行各業，學習平臺策略的目的，是讓我們從管理者的角度，思考企業如何在資訊科技的時代中，透過建構平臺或加入平臺構築競爭優勢、提升企業經營績效，進而達成永續成長。本課程將針對品牌管理暨平台策略的基本概念對品牌經營的影響進行說明，讓學生可以理解：(1)如何運用行銷科技構建品牌(2)數位轉型浪潮下，如何規劃品牌傳播策略。(3) 品牌所採用的平臺策略或數位經營模式為何，(4) 企業應如何據此達到商業模式創新或流程改善。 MarTech in 2008, the number of commercial problem-solving solutions offered by global MarTech has grown from 947 in 2014 to over 8,000 today. Undoubtedly, MarTech has significantly transformed how enterprises manage brand communication and operations. Moreover, over the past decade, the multi-sided platform business model has gained tremendous momentum across industries—eBay and Taobao in retail, Uber and Didi in transportation, Airbnb in hospitality, Android and iOS in mobile technology, PatientsLikeMe in healthcare, and Coursera and edX in education. Understanding platform strategy enables managers to explore how enterprises can leverage information technology to build competitive advantages, enhance business performance, and achieve sustainable growth through creating or joining platforms.
課程大綱： Outline of Lectures	

	1. 科技行銷與創新商模 2. 平臺策略或數位經營模式為何， 3. 企業應如何據此達到商業模式創新或流程改善 4. 行銷科技下的顧客關係管理 5. 行銷科技下的品牌體驗優化 6. 數位行銷導入的組織流程與工作流程梳理 1. Marketing Technology and Innovative Business Models 2. Platform Strategy and Digital Business Models 3. Business Model Innovation and Process Improvement 4. Customer Relationship Management in the MarTech Era 5. Brand Experience Optimization through Marketing Technology 6. Digital marketing and organizational change management
授課方式： Method of Instruction	講授 Lecture：30% 分組討論 Group discussion：20% 案例研討 Case study：20% 操做練習 Practical exercises：30% 講授 Lecture：三位教師共同授課:張譯尹;成力庚;江藍龍%
教科書： Textbooks	授課教師提供之投影片、講義、個案。
參考書目： References	平台革命：席捲全球社交、購物、遊戲、媒體的商業模式創新。陳威如與余卓軒著；出版社：商周出版
修課須知： Notice	TA
評量方式： Grading	小組作業 60% 平時成績 40% P.S 依各授課教師評分依據
備註說明： Notes	無