

# 國立政治大學課程教學大綱 Syllabus

課程資訊		
學年學期 Academic Year / Semester	105 學年度第 2 學期	Spring Semester, 2017
開課單位 Course Department	企管系	BA
課程名稱 Course Name	大數據品牌行銷	Big Data and Brand Marketing
授課教師 Instructor	<b>高端訓 Ph.D.</b> -李奧貝納 首席大數據@ 品牌顧問 -商業總會 品牌加速中心 品牌長 <b>經 歷</b> -王品集團 品牌總經理 -奧美集團 業務企劃總監	<b>Simon Koh Ph.D.</b> -Chief Data Science @ Brand Consultant, Leo Burnett -Chief Brand Officer, General Chamber of Commerce <b>Work Experience</b> -Brand President, Wowprime Group -Account Planning Director, Ogilvy Group
職稱 Title		
學分數 No. of Credits	1	1
修別 Type of Credit	選修	Elected
先修科目 Prerequisite(s)	如選修人數超過 30 人， 以依序修過統計學、行銷 管理者優先錄取。	If more than 30 students register this course, only those who passed the subjects of Statistics and Marketing Management will be accepted by order.
上課時間	週二，2:10 ~ 5:00PM	2:10~5:00PM, Tuesday
上課地點		
點閱核心能力分析圖與授課方式比例圖		
課程簡介		
<p>在大數據的狂潮下，全世界掀起了一股產業變革的滔天巨浪，開啟了企業 4.0、行銷 4.0 的時代。未來，誰掌握了大數據、誰活用了大數據，誰就掌握了市場。因而，投入大數據的研究與應用成了國與國之間的競爭策略，也成了國家競爭力的一部份。</p> <p>本課程有三個重點：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 將介紹什麼是大數據？有哪些錯誤的觀念？同時帶出大數據的全貌！</li> <li>2. 有哪些大數據的分析方法，以及分析軟體工具？</li> </ol>		

<p>3. 如何將大數據的分析方法應用在行銷上。</p> <p>4. 本課程也將介紹一套大數據的分析軟體，並以實際的資料庫進行練習。</p>
<p><b>課程目標</b></p> <p>本課程的目的在於建立大數據的正確觀念、方法，以及在行銷上的應用。</p>
<p><b>學習成效</b></p> <p>1. 了解大數據的正確觀念及全貌</p> <p>2. 認識大數據在品牌及行銷上的應用</p> <p>3. 學會一套大數據軟體及初步應用</p>
<p><b>評分標準【明列評量項目與給分標準。提供評量尺規範例供參】</b></p> <p>1. 課堂投入及貢獻 30%</p> <p>2. 期末報告 70%</p> <p>(第一堂課即提供一個消費者交易資料庫，以資料庫串連課程，期末報告則是根據資料庫提出分析報告。沒有期末考。)</p>
<p><b>學生學習投入時間</b></p> <p>一學期 6 次課程，每次 3 小時。</p>
<p><b>每週課程進度與作業要求</b></p> <p><b>【請詳述每週課程內容 / 授課方式與學生預習內容 / 學習活動 / 課後作業】</b></p> <p><u>第一週 3/7</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 什麼是大數據？介紹大數據的全貌、觀念、人才需求，以及介紹美國及台灣政府的開放資料庫。</li> <li>- 提供並說明消費者的交易資料庫，作為期末報告分析使用。</li> </ul> <p><u>第二週 3/21</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 介紹大數據統計分析方法及分析六步驟</li> <li>- Install 及介紹大數據分析軟體 Tableau</li> </ul> <p><u>第三週 3/28</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 什麼是行銷 4.0？</li> <li>- 大數據科學在行銷上的應用</li> </ul> <p>預習：大數據玩行銷，Part 2 把手按在顧客的脈搏上，p79~119</p> <p><u>第四週 4/11</u></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- 大數據對品牌行銷模式的影響與衝擊</li> <li>- 大數據時代的品牌建立模式與策略</li> </ul> <p>預習：WOW 多品牌成就王品，第四部：十大行銷活動，p160~202</p>

**第五週 4/18**

- 大數據平台品牌行銷策略
- 案例解說與作業

預習：平台經濟模式，第五章 啟動，p115~147

**第六週 5/23**

- 分組期末報告

<b>授課教師 Office Hours、地點</b>
<b>教學助理基本資料</b>
<b>指定 / 參考書目【為維護智慧財產權，請務必使用正版書籍】</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 大數據玩行銷(2016)，陳傑豪著，30 雜誌出版。</li> <li>2. WOW 多品牌成就王品(2016，四版)，高端訓著，遠流出版。</li> <li>3. Platform Revolution(平台經濟模式)(2016)，by Geoffrey G. Parker, Marshall W. Van Alstyne and Sangeet Paul Choudary，李芳齡譯，天下雜誌出版。</li> <li>4. Successful Analytics Gain Business Insights(透視數據下的商機)(2016)，林威利譯，天下雜誌出版。</li> </ol>
<b>課程相關連結</b>
<b>本課程附件</b>
<b>課程進行中，是否禁止使用智慧型手機、平板等隨身設備。</b>
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. 不可使用 3C 產品</li> <li>2. 部分課程需使用筆電 ( 老師會說明 )</li> </ol>