

Learning objectives: In the recent decades, there have been lots of global destructive technologies which revolutionize the world and change the way of marketing. The source of such revolutions is technology innovation, and the impacts are via the new ways of technology-based marketing. This course is designed for graduate-level in-depth study, and provides materials and methods to understand:

1. the variants of technology innovation,
2. the definition of innovations, especially on technology innovations,
3. the innovations/destructions characteristics of technology revolution,
4. the technology-based marketing, and derived business models.

Course Structure of each week:

Sec I: Case overview: Pre-assigned overview presentation

Sec II: In-Class discussion: Team work, Interactive discussion

Sec III: In-Class discussion: Concluding remarks

Grading Policy:

In-Class Discussion 20%; Homework 10%; Midterm 20%; Final 30%, Project: 20%

課程大綱

每一個課堂主題，請事先蒐集研討資料。

1. 科技創新與行銷--課程簡介：

何謂創新? → 創新的定義。

個案研究法---創新分析與行銷分析、創新研討。

創新分析—比較分析、沿革(Evolution)分析、關鍵元件分析。

行銷分析：個案主題與其 Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析。

Fundamental Theories:

- Product/Technology/Patent Road Map
- Nature Technology, Nature Input, Nature Interaction
- **Cloud Computing, Social Network, Technology Marketing**
- EOS, Network Effect, Late Comer Advantage
- VCC, Alliance Competition

■ **創新思維：科技時代；數位時代/數位革命、個人化、連網**

2. 創新思維 I. --- Do we need a Mobile Music Player? (Votes and Why)

個案研究: Sony 隨身聽、mp3 Player,

隨身聽之發展歷史、定義、元件分析及其創新功能

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、短、小?

More: → iPod, iPod Touch...

3. 個案研究: iPod

Overview Presentation: **What is iPod?** (*What to compare?*)

iPod 之進入障礙、創新、**Business Model**、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、???

More: → iPod Touch, iPhone, ...

■ 創新思維：數位時代、電子書

4. 創新思維 II.--- **Do we need an eBook Reader?** (Votes and Why)

個案研究: eBook on PC, NB, Pad, Phone, e-Book Reader

eBook 之定義、元件分析及其創新功能

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、???

5. 個案研究: eBook Reader

Overview Presentation: **What is Kindle?** (*What to compare?*)

Kindle 之進入障礙、創新、**Business Model**、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、???

HW: 繳交各人履歷(含照片)及對課程教學之建議

More: → Color Reader.

Why Amazon, but not Microsoft? What should Barnes and Noble react?...

■ 產品之創新、規劃、設計與行銷 (**Kindle, EeePC, iPad, iPhone...**)

6. 個案研究: EeePC

Overview Presentation: **What is EeePC?** (*What to compare?*)

EeePC 之進入障礙、創新、**Business Model**、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、短、小?

More: → The impacts to NB industry...

7. 個案研究: 顛覆產業的--- *iPad*

Overview Presentation: **What is iPad?** (*What to compare?*)

iPad 之進入障礙、創新、**Business Model**、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、???

More: → The impacts to Acer, Dell, HP? What is your suggestion to Acer?

8. 個案研究: 電信革命的--- *iPhone*

Overview Presentation: **What is iPhone?** (*What to compare?*)

iPhone 之進入障礙、**專利**、**Business Model**、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：輕、薄、???

More: → What are the critical patents? How to move beyond the patent barriers?

The impacts to MediaTek, Mobile Carriers?

9. 第一次筆試

■ **Business Model 與經典個案研討**

10. Global Economy, VCC, Patents, and Alliance Competition

- Product/Technology/Patent Road Map
- Nature Input, Nature Interaction, Nature Technology
- **Cloud Computing, Social Network, Technology Marketing**
- EOS, Network Effect, Late Comer Advantage
- VCC, Alliance Competition

11. 經典個案研討: 顧客剩餘最大化-MagV 線上雜誌 (參考資料: 陳國華論文)

主題: **VCC ; 沒經驗?也是最好的資產!**; 消費者的威力/顧客剩餘最大化

MagV 之進入障礙、創新、Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：

12. 經典個案研討: DRAM 產業全球競爭與賽局 (參考資料: James Huang 論文)

主題: **VCC ; 科技+市場互動的威力;** DRAM 產業的 Moore's Law 特質

DRAM 之進入障礙、創新、Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：

13. 經典個案研討: 一個人的品牌-Vizio (參考資料: 莊彩雲論文)

主題: **VCC ; 一個人創造的世界品牌;** 顧客剩餘最大化

Vizio 之進入障礙、創新、Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：

14. 經典個案研討: 新式關鍵技術之行銷策略-多點觸控 (參考資料: 盧維藩論文)

主題: **VCC ; Late Comer Advantage ;** 新式關鍵技術及其行銷策略

MT 之進入障礙、創新、Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：

15. 經典個案研討: 高毛利耗材之行銷策略-Inkjet (參考資料: 胡慈芳論文)

主題: **VCC ; 科技+山寨市場的威力;** 暴利藍海變紅海

Inkjet 之進入障礙、創新、Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：

16. 經典個案研討: 山寨機及其創新發展與行銷策略- (參考資料：郭航瑋論文)

主題：**VCC**；**快速複製/山寨市場企業模式**；**複製創新**

山寨市場創新之進入障礙、創新、Business Model、優缺點/適用情境之行銷策略分析

關鍵思維、關鍵科技研討：

科技行銷關鍵要項討論：

17. 期末簡報: 團隊 Project Report

18. 第二次筆試