

2010/9/16-2011/1/13 科技創新與行銷 (二), TIM-II 游張松 教授 Thu 9:10~12:10

**Learning objectives:** This course, TIM-II, is the second course of “Technology Innovation and Marketing - TIM” series. In contrast to TIM-I’s emphasis on **technology innovations**, this TIM-II course focuses primarily on the **business model, business planning** and the **marketing strategies**. As the theoretical support, TIM-II utilizes VCC framework as the fundamental methodology for both Innovation’s creation and analysis.

In the previous course (TIM-I), the objective of the course was to provide materials and methods to understand:

1. the definition of innovations, especially on technology innovations,
2. the innovations/destructions characteristics of technology revolution,
3. the analysis and the derivation of technology innovation practices,
4. the analysis and the derivation of innovative marketing practices.

In this course (TIM-II), the objective is to have in-depth study on the selected most-impact Innovation cases, and the write-up of thoughtful and **comprehensive case analysis reports**. The cases includes, but not limited to,

1. **“FREE” – the Modern consumers behavior:** free cell phones, free telephone calls, free PC ...
2. **Creative business Model and Entrepreneurs:** modcloth.com, MagV.com, e-DVD, toys, games,
3. **Market share** strategy: ELAN, HTC, Acer, Asus ...
4. **Product road-map strategy** on Innovations’ application: touch pad, mouse, keyboard, remote control ...
5. **VCC, China-rise** and new opportunity identification: China’s destructive markets on cell phones, TV, global factories, global standards ...
6. **White-branding** creation: Mediatek, VIA ...
7. **New-branding** creation: Vizio, Blackberry, Palm, HTC ...

**Course Structure of each week:**

Sec I: course lecture

Sec II: volunteer lecture

Sec III: case study discussion

Grading Policy:

**Class Participation 15%**; Homework 10%; Midterm 30%; Final 35%, Project: 10%

## 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(二)--課程簡介：

Modcloth.com: A young girl's venture

VCC—Value Creation Cycle

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。

行銷策略分析：個案主題蒐尋與及其 Business Model、策略分析。

### [第一部] 這一個“免費”的世界 --- The “FREE” world

#### 2. 個案研究: “免費”的經濟學原則? --- “FREE” – the Modern consumers behavior

“免費”的個案 (1) 第一個“免費”的個案? (2) Free PC, (3) Free Cell Phone, (4) Free IMS, (5) Free Search, (6)...。

“免費”的原則?

下一個“免費”的個案?

課堂主題蒐尋、簡報。

#### 3. 個案研究: Free Products? ---免費產品**實例個案**

*Free Products* 的定義/原則、經營策略分析、創新分析。優缺點分析。適用情境分析。

課堂主題：蒐尋、免費產品**實例個案**、簡報。

#### 4. 企劃研究: ---免費產品之**企劃、行銷策略**

分組討論：由各組提出最具潛力的企畫案

課堂主題：免費產品提案之**企畫、行銷策略**簡報。

#### 5. 個案研究: Free Services? ---免費服務**實例個案**

Internet's Free Services--- Napster, IMS, Skype, ...

*Free Services* 的定義/原則、經營策略分析、創新分析。優缺點分析。適用情境分析。

課堂主題：蒐尋、免費服務**實例個案**、簡報。

#### 6. 企劃研究:免費服務之**企劃、行銷策略**

分組討論：由各組提出最具潛力的企畫案

課堂主題：免費服務之**企畫、行銷策略**簡報。

#### 7. 個案研究: Destructive Business Models ---破壞性免費跨國電話/家庭電話**實例個案**

Internet's Destructive Free Services --- Global Phone Calls

分組討論：由各組提出最具破壞力的個案實例。各國如何圍堵？

課堂主題：蒐尋、免費跨國電話/家庭電話**實例個案**、簡報。

#### 8. 企劃研究: 破壞性免費跨國電話/家庭電話之**企劃、行銷策略**

分組討論：由各組提出最具潛力的企畫案

課堂主題：免費跨國電話/家庭電話之**企畫、行銷策略**簡報

#### 9. 第一次筆試

10. 個案研討與簡報：“政府/組織的免費服務” 企劃提案

Case Study: 政府/組織的免費服務

分組討論：由各組提出最具潛力的企畫案

課堂主題：蒐尋、政府/組織的免費服務提案、簡報。

11. Field Trip: to be announced

[第二部] 經典個案研討—企業模式創新及其策略分析

**企業模式(創新)定義：**

- (1) 提供之產品/服務
- (2) 營收來源/方式
- (3) (VCC創新)  
--確保營收達成之策略/能耐
- (4) 營運模式
  - (1) 系統架構(System Framework)
  - (2) 系統運作邏輯

經典個案包含：

MagV online, ELAN multi-touch, Asus Eee PC,

山寨機, Skype, Vizio TV

每一組負責一個經典個案之分析、撰寫、報告。內容包含：

- (1) 創業：緣起、創業理念、創業家特質/歷練
- (2) 產品/服務
- (3) 營收來源/方式及利潤分享機制
- (4) VCC 分析：VCC 創新/目標、VCC 結盟/營運/分享，目標達成機制
- (5) 營運模式：系統架構、系統運作邏輯
- (6) 創新、行銷策略之建議

12. 經典個案研討與個案撰寫: **線上媒體**的創新與行銷策略

主題：**沒經驗？也是最好的經驗!**

經典個案: MagV (參考資料：陳國華論文)

撰寫組：經典個案之深度分析、撰寫、簡報，以及創新評論、行銷策略之建議

主持組：簡報中之主持

討論組：簡報中之討論

13. 經典個案研討與個案撰寫: **觸控新世界**的創新與行銷策略

主題：**小咖？→如何變大咖!**

經典個案: ELAN multi-touch (參考資料：盧維藩論文)

撰寫組：經典個案之深度分析、撰寫、簡報，以及創新評論、行銷策略之建議

主持組：簡報中之主持

討論組：簡報中之討論

14. 經典個案研討與個案撰寫: **破壞性創新市場**的創新與行銷策略

主題：**山寨也是大市場、大力量**

經典個案：**山寨機市場** (參考資料：郭航緯論文)

撰寫組：經典個案之深度分析、撰寫、簡報，以及創新評論、行銷策略之建議

主持組：簡報中之主持

討論組：簡報中之討論

15. 經典個案研討與個案撰寫：**世界級新品牌**的創新與行銷策略

主題：**一個人也可以創造世界級的品牌**

經典個案：**Vizio TV** (參考資料：莊彩雲論文)

撰寫組：經典個案之深度分析、撰寫、簡報，以及創新評論、行銷策略之建議

主持組：簡報中之主持

討論組：簡報中之討論

16. 經典個案研討與個案撰寫：**破壞性創新產品**的創新與行銷策略

主題：**非主流？→破壞性創新產品的催生者**

經典個案：**Eee PC**

撰寫組：經典個案之深度分析、撰寫、簡報，以及創新評論、行銷策略之建議

主持組：簡報中之主持

討論組：簡報中之討論

17. 經典個案研討與個案撰寫：**破壞性跨國電信服務**的創新與行銷策略

主題：**一組人就可以利用 Internet 來擊破國家級的壟斷**

經典個案：**Skype**

撰寫組：經典個案之深度分析、撰寫、簡報，以及創新評論、行銷策略之建議

主持組：簡報中之主持

討論組：簡報中之討論

18. 第二次筆試