



NTU SPECS

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

國立臺灣大學進修推廣部推廣教育非學分班招生簡章

「菁英計畫-華人企業管理個案研習班」第 1 期

剖析華人企業案例，在地管理更有效益！

個案研討已成為學習管理知識重要的一環，但目前多數奉為主臬的管理案例，蓋多來自歐美等西方國家。在考量人文因素、地理環境、生活習慣等多重因素下，若能多元探究華人經營企業之案例，對於本土企業之營運應有更多參酌之利基。爰此，臺大管理學院多位教授近年積極投入兩岸三地企業之個案研究，深入剖析諸多重要華人企業在經營管理實務上的做法、策略，及其成為產業指標的秘辛，期待以更符合華人企業之發展模式，提供企業永續經營之參酌。

您羨慕淘寶網的爆炸性銷售額嗎？您想知道聯發科以智慧型手機晶片重返榮耀的歷程嗎？此外，本課程另將就厚生市集、玉山銀行、攜程旅遊網、旭榮集團等個案，邀請開發這六項華人企業管理個案之臺灣大學管理學院教學卓越、具豐富理論與業界實務經驗之專業師資群，進行主講這六項涵蓋民生生活、金融、科技等產業的案例，透過討論式的個案教學方法，啟發邏輯思考，引領大家進入多面向的管理殿堂。

授課老師：臺大管理學院專業師資群(詳如課程大綱)

課程目的：透過華人知名企業案例討論，啟發邏輯思考，讓學員獲得多面向的管理知識。

課程內容：以涵蓋民生生活、金融、科技等產業案例，探討其發展過程所面臨的各項挑戰及因應方式。(詳如課程大綱及個案介紹)

上課方式：課前學員應先研讀個案，授課教師以講述、個案討論之方式進行授課，部份個案主題由授課教師邀請業師共同進行授課。

招生對象：凡對華人企業管理有興趣者皆可參加。

課程次數：每週 1 次，共 6 堂課。

上課時間：104 年 4 月 24 日起，每週五晚上 7:00-9:45 (請參閱課程大綱)。

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：13,500 元

學費優惠：

早鳥專案：於 104 年 4 月 16 日前完成報名繳費者，**學費優惠價:12,000 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 1000 元。

註:如同時符合臺大身份優惠及愛心優惠，僅能擇一優惠使用。使用優惠者請於課前出示證明。

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> 點選本期



NTU SPECS

臺灣大學進修推廣部

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

「菁英計畫-華人企業管理個案研習班」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，課程若有變更將會提前告知學員。

(4)學費退費規定：學員自報名繳費後至開班上課日前申請退費者，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申請退費者，退還已繳學費之半數。開班上課時間已逾全期三分之一始申請退費者，不予退還。

(i)申請退費必須附上收據正本及申請書，缺一不可，否則不予受理。

(ii)本部退費係以支票開立，支票受款人依當時學費收據抬頭為主，若需更改支票受款人，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)學員於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)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。

(9)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。

(10)就讀本班不得辦理兵役緩徵。

(11)本簡章若有未盡事宜，本部保留得以隨時修改之權利。

課程詳細內容洽詢電話：(02)2362-0502 分機 227 林小姐



NTU SPECS

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

「菁英計畫-華人企業管理個案研習班」第1期課程大綱

上課時間：104年4月24日起，每週五晚上7：00-9：45。

授課老師：臺大管理學院專業師資群

授課日期	個案名稱	授課教師
104/04/24	農業供應鏈小革命 讓料理更幸福的厚生市集	臺大工商管理學系暨商學研究所 郭佳瑋教授
104/05/01	勞動節停課一次	
104/05/08	重返榮耀，從山寨到主流：聯發 科技公司	臺大工商管理學系暨商學研究所 陳忠仁教授
104/05/15	玉山銀行：結合科技及異業結 盟的金融創新發展	臺大資訊管理學系暨研究所 許瑋元教授
104/05/22	攜程旅遊網：通路商的轉型歷程	臺大國際企業學系暨研究所 謝明慧教授
104/05/29	旭榮集團：中國的在地化發展	臺大國際企業學系暨研究所 陳俊忠教授
104/06/05	淘寶網：2013	臺大管理學院院長 郭瑞祥教授

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）。



「菁英計畫-華人企業管理個案研習班」第1期 個案介紹

個案名稱	個案介紹
<p>農業供應鏈小革命 讓料理更幸福的厚生市集</p>	<p>細數近幾年來的食品安全問題，不肖業者為了壓低成本，在食品摻入不法添加物，企圖賺取台灣人的健康錢，再再打擊消費者的食品信心。也因此許多人開始關心國人的健康，大力提倡食用自然無添加物的食品或是食用有機農產品。乘著這股健康趨勢，厚生市集藉由重新打造農產品供應鏈，做到「在地生產，在地消費」的目標，成立農產交易平台，發明了有別於以往的「分散式供應鏈」，並致力於推廣飲食環保的概念。在短短幾年間，厚生市集的獲利應證了「分散式供應鏈」的可行性，然而面對未來的發展仍有不少待解決的問題。厚生市集能如何替消費者創造更多的價值，將會是厚生市集需面對的重要考驗。</p>
<p>重返榮耀，從山寨到主流：聯發科技公司</p>	<p>此個案主要目的是討論聯發科技公司事業發展的相關議題。此個案以聯發科技公司為對象，說明聯發科技公司的背景概況、成長歷程、未來機會及挑戰等相關資訊，提供我們來討論聯發科技公司的事業發展議題，例如聯發科技公司在功能性手機的成功原因及創新類型；2010年聯發科技公司表現不佳及後續在智慧型手機晶片重返榮耀的原因；聯發科技公司未來事業發展策略方向及作法的建議等。</p>
<p>玉山銀行：結合科技及異業結盟的金融創新發展</p>	<p>玉山銀行成立於1992年，其傑出表現使其持續榮獲國家品質獎。而玉山銀行致力於結合數位科技提升顧客服務品質。2013年其科技創新陸續榮獲「亞洲企業傑出管理獎最高榮譽白金獎」及「台灣區明日之星銀行獎」。2014年更以「兩岸支付通」，獲得The Asian Banker頒發「最佳支付產品獎」。</p> <p>隨著顧客金融交易模式改變、全球互聯網金融興起，玉山銀行也面臨金融服務價值轉型及產業跨界競合的新時點。玉山銀行透過創新文化、組織培養及對資訊新科技的長期投資，不斷推陳出新各項創新金融服務。從業界首創「eCoin 小額支付工具」、市佔率第一的「WebATM」服務，乃至跨業合作以協助中小企業將服務推展至消費者。2011年開始更深耕兩岸電子商務整合及跨境清算服務，協助台灣廠商貨暢中國。玉山銀行希望透過金融創新結合消費者及服務提供商，讓金融服務更貼近生活。</p>
<p>攜程旅遊網：通路商的轉型歷程</p>	<p>本單元主要以攜程旅行網1999年到2013年的發展為基礎，討論通路商在轉型過程中所面對的問題，包括：如何攫取新興市場商機、如何調整價值主張、如何建立行銷能耐等議題。另外，也會特別針對線上旅遊企業目前所面臨的問題，包括平台與經銷的選擇以及回應價格戰與否，進行討論。</p>
<p>旭榮集團：中國的在地化發展</p>	<p>主要以生產各類圓編針織布種起家的旭榮集團，是以總公司旭寬企業股份有限公司為出發點，在1975年時成立於台北。經歷了三十多個寒暑的務實經營，旭榮以其專業品質、快速反應與準確交期，建立了集團的競爭優勢。在此期間，旭榮歷經了公司業務規模大幅成長、跨足成衣領域、事業體橫向擴張以及供應鏈垂直整合等重大決策。隨著市場全球化的趨勢與發展，旭榮積極地向海外擴張，逐漸形成今日佈局美、亞、非三大洲的集團雛形。近年來，旭榮著眼於中國大陸的深耕經營，希望為旭榮再創下一個榮景，但是否擴建常州染整二廠的投資案，對於一直以「輕資產、重服務」為經營原則的旭榮來說，實為一重大的策略改變。身處此一瞬息變化、快速成長的新興市場，如何規劃其中國的在地化發展以因應政府產業政策與體制環境變數，將是旭榮集團下一個成長階段的關鍵挑戰。</p>
<p>淘寶網：2013</p>	<p>本個案探討阿里巴巴如何藉持續商業模式創新，保有其於產業中的持續領先地位，並分析電商業者如何逐步整合物流、資金流、資訊流以創造其爆炸性的高銷售額。從社群網絡、即時通訊平台、移動終端系統直到與傳統店家合作達虛實整合之生態系統，最後點出未來發展面臨的挑戰。</p>