

臺大-復旦 EMBA 境外專班 2025 年 7 月至 12 月課程總表(計 10 門)

課號 課程識別 碼	上課日期	課程名稱	必修/ 選修	學 分 數	授課 老師	課程 大綱
EMBAN7025 750 M0250	7/17-7/20	公司財務管理	必修	2	陳家麟 錢世政	附件 1
EMBAN7042 750 M0420	8/21-8/24	創業與創新管理	選修	2	郭瑞祥	附件 2
EMBAN7037 750 M0370	9/18-9/21	行銷管理與品牌決策	必修	2	謝明慧	附件 3
EMBAN7016 750 M0160	9/18-9/21	資訊管理	必修	2	陳家麟 凌鴻	附件 4
EMBAN7053 750 M0530	10/16-10/19	全球背景下的中國經濟	必修	2	陳家麟 李治國	附件 5
EMBAN7024 750 M0240	10/16-10/19	管理經濟學	必修	2	陳坤志 劉憶如	附件 6
EMBAN7046 750 M0460	11/20-11/23	國際金融市場分析	選修	2	李賢源	附件 7
EMBAN7022 750 M0220	11/20-11/23	會計學	必修	2	陳家麟 李若山	附件 8
EMBAN7012 750 M0120	12/18-12/21	服務與營運管理	選修	2	陳家麟	附件 9
EMBAN7027 750 M0270	12/25-12/28	數據分析與決策模型	必修	2	陳家麟 郁文	附件 10

台大-復旦 EMBA

【公司財務管理】課程教學大綱

課程名稱/Course Title: 公司財務管理

授課日期/Date: 2025 年 7 月 17 日-7 月 20 日

任課教師/Instructor(s): 錢世政

開課院系/School/Department: 管理學院

1・課程概要/Course Summary

課程名稱 (中文) Course Title (Chinese)	公司財務管理		
課程名稱 (英文) Course Title (English)	Corporate Financial Management		
開課院系 School/Department	管理學院	開課學期 semester	
授課語言 Teaching Language	中文	適用學科專業 Discipline/Specialization	工商管理
學分數 Course Credit(s)	2	教學周數 Weeks	共 周

總學時 Teaching Hours in Total	共 36 學時	實驗/實踐學時 Hours for Experiments /Practice	共 / 學時
預修課程要求 Pre-requisite Course(s)	無		
課程簡介 Course Introduction	《公司財務管理》作為一門實用性較強的管理課程，其設置的主要目的在於使學員能夠對公司的資金運作模式和方法有著整體的理解和把握，說明學員認識公司理財與現代資本市場的關係，公司理財在公司發展戰略中的地位及對公司治理的作用。		
2. 教學目標/Course Objective (100-200 字)			
本課程以投資學的資本市場效率假說，投資組合理論，資本資產定價模式和套利評價理論為理論支撐，對公司理財的八個方面內容進行介紹，分別為代理理論，資本預算決策，財務分析，資本結構理論，營運資金管理，長、短期融資決策，合併與購並和國際財務管理。			
3. 教學內容及進度安排/Course Content & Schedule			
課次/模組 No.	教學周 Week	教學內容及預期效果 Content & Expected Achievement	作業/練習 Assignment
1		根據公司發展戰略如何制定財務戰略	
2		如何投資決策，形成最佳投資組合	
3		如何籌資，以形成最佳籌資組合和資本結構	
4		如何實現資金優化配置，如營運資金，現金的管理	

4. 課程考核及成績評定/Course Assessment & Grading

考核形式* Assessment Criteria	權重 Percentage	評定標準 Assessment Standard
出勤 Attendance	15%	考勤
課堂表現 Participation	20%	課堂表現(回答問題、參與討論、貢獻想法和觀點等)
開卷考試 Open-book exam	65%	限時開卷考試

* 各項考核指標可自由設置，無相關要求的可填 0%，總權重為 100%。

5. 教材/Textbook(s) (如使用自編講義，請在“名稱”列中備註說明)

序 號 No.	名稱 Title	編著者 Author(s)	標準書號 ISBN	出版機構 Publisher	出版年月 Publication Date
1	公司理財(精要版).原書第	斯蒂芬 A. 羅	9787111	機械工業出版	

	13 版)	斯·藍道夫 W. 威斯特菲爾德· 布拉德福德 D. 喬丹	740094	社	
--	-------	---	--------	---	--

6. 教學參考資料/Reading Materials and References

無

7. 任課教師簡介/Profile of Instructor(s) (教學科研經歷簡介，300 字左右)

錢世政

復旦大學管理科學博士

復旦大學管理學院教授

原上海實業集團副總裁、財務總監

教學課程: 會計學、公司財務管理、國際並購

教育背景：

博士,管理科學與工程,復旦大學

碩士,企業管理,復旦大學

學士,會計學,上海財經大學

學術經歷：

1996.09--1997.05,訪問學者,美國南加利福尼亞大學

1995.07--1995.08,訪問學者,香港科技大學

1993.09--1994.06,訪問學者,香港中文大學

聯繫郵箱

Email

qiansz@fudan.edu.cn

Add

聯繫電話

Contact

phone

Syllabus of Entrepreneurship and Innovation Management

創業與創新管理

August, 2025

Acronym: EIM

授課教師：郭瑞祥 (台灣大學工商管理學系特聘教授；台大教學傑出獎)

Email : rsguo@ntu.edu.tw

Website : guo.ba.ntu.edu.tw

課程助教：TBD

Email : TBD

課程目的： 本課程旨在探討創業經理人如何掌握創業先機，及如何應用創新管理技能以因應後續變革及挑戰。課程目的如下：

- 本課程幫助您了解創業家思維以及其如何因應新創事業所面臨之挑戰。
- 本課程幫助您認識商業計畫。
- 本課程介紹商業模式與生態創新。
- 本課程探討創意與價值主張。
- 本課程探討創新管理與執行。

本課程上課方式以個案為主，搭配錄影片播放、文章導讀、團體實作演練、上課演講，以期有效提昇同學學習興趣。

參考書：「價值主張年代」，Alex Osterwalder 著，天下雜誌出版

「創新者的解答」，Clayton Christensen 著，天下文化出版

「生態系競爭策略」，Ron Adner 著，天下雜誌出版

評分標準：上課參與(30%)、小組個案作業(40%)、課堂測驗(30%)

課堂參與分數的評分原則

個人參與分數會根據(1)出席狀況；(2) 課堂上的發言次數以及發言品質決定來進行計分。

修課規定：**1. 積極的課堂參與**

充分的雙向溝通是有效學習的關鍵，所以，出席是修習這門課的基本承諾(commitment)。不過，出席只是雙向溝通的必要條件，積極的參與還包括適當的課前預習、討論時意見的充分表達、以及遇有不清楚或不同意見時勇於交換意見；在這門課的討論空間裡，我們關心的不儘然是對或錯，而在於是否能透由充分的意見交換，使我們對一個問題有更深入的瞭解。

2. 課前閱讀及個案討論

課前的閱讀及個案討論請同學務必要完成。其目的，在透過實際的案例或練習，訓練學習者的問題分析、邏輯判斷、運用課程知識提出對策之能力。學員須於每堂課前，詳加閱讀個案並形成具體結論與建議，並請依照每堂課的要求，於課堂上進行討論與撰寫大字報。每一次個案的討論，都有指定回答的問題，這些問題都將附在您的課程資料當中。

3. 課後閱讀及練習

正所謂師父領進門，修行在個人。上課的時間很短，能夠提到的知識也十分有限的，因此課程會列出一些課後閱讀，希望同學了解，上完課不是結束，而是自我學習與成長的開始。

4. 學習成果評估

本課程會安排一次考試。考試在幫助授課老師與學習者，對觀念與整體架構，以及重要決策工具與觀念之理解程度，能夠做出適當的評量，同時不斷增加教學效果與品質的溝通依據。

5. 其他上課規定 (Other Norms of Class)**【出席】**

學程中累積四次嚴重遲到早退、不到課，視同退修本課程。缺課 1 天以上不通過本課程。

【發言】

為鼓勵學有學生獲得最大的價值。不單要發言，也要言之有物。

課程進度：

時段	主題	個案	作業
模組 1：創業管理			
1	創意、創新、創業三部曲		
2	創業與創新精神		
3	創業管理個案討論	R&R	小組個案報告#1
4	風險管理		
模組 2：商業模式			
5	商業模式創新		
6	生態系競爭策略		
7	生態創新個案討論	元太科技	小組個案報告#2
8	數位生態下商業模式		
模組 3：價值主張			
9	設計思考		
10	價值主張		
11	價值主張個案討論	特斯拉電動車生態系	小組個案報告#3
12	創業領導人		
模組 4：創新管理			
13	破壞式創新		
14	創新管理個案討論	台積電	小組個案報告#4
15	第二成長曲線		
16	課堂測驗		

課程主題與時程表

模組一：創業管理

1 創意、創新、創業三部曲

- 閱讀材料：課程投影片 (為何要學習創業；創意、創新、創業三部曲)

2 創業與創新精神

- 閱讀材料：課程投影片 (創業家精神與創業管理；莫德納發展新冠疫苗)
- 閱讀材料：莫德納發展新冠疫苗
 - 本個案緒述美國 Moderna(莫德納)公司開發新冠肺炎疫苗的過程。莫德納以 mRNA 作為平台，運用數位化與 AI 流程，垂直整合研發、製造、臨床醫療營運，在 2020 年初拿到新冠病毒基因排序後，11 個月就拿到緊急授權許可。
- 個案研討問題：
 - 請預先思考以下的問題：
 1. 莫德納為甚麼可以快速推出有效疫苗？請用 POCD 架構分析
 2. 莫德納的平台營運模式是否具可持續競爭力？

3 創業管理個案討論

- 閱讀材料：R&R
 - 本個案描述具經驗的創業家如何靈活掌控創業資源以降低進入新創事業所耗費之固定成本。本個案亦幫助學員了解創業經驗、過去信譽、以及人際網路在個人新創事業發展的過程中所扮演之角色與重要性。
- 個案研討問題：
 - 每組必須準備數張大型海報(poster)回答以下的問題：
 1. 在創業過程中，Bob Reiss 面臨什麼樣的風險與障礙？他應該如何克服？你認為他成功的因素為何？
 2. Bob Reiss 從這個事業進帳多少？
 3. 延襲 TV Guide Game 的成功策略，Bob 下一步該如何走？

4 風險管理

- 閱讀材料：Gilbert (2010) 控管風險的創業冒險家
- 閱讀材料：課程投影片(控管風險的創業冒險家；E Ink 創業創新歷程)

模組二：商業模式**5 商業模式創新**

- 閱讀材料：Johnson(2008) 商業模式再創新
- 閱讀材料：課程投影片 (商業模式創新)

6 生態系競爭策略

- 閱讀材料：「生態系競爭策略」Ch. 1, 2, 3
- 閱讀材料：課程投影片 (生態系競爭策略)

7 生態創新個案討論

- 閱讀材料：元太科技
 - 本個案說明元太科技從 1992 年至 2023 年的發展歷程，分析在外部環境變動下，元太科技採取哪些策略或行動，在各階段中面對不同競合的挑戰，尋找成長的道路。個案探討元太科技在轉型下的電子紙生態圈，以及未來發展與挑戰。
- 個案研討問題：
 - 每組必須準備數張大型海報(poster)回答以下的問題：
 1. 元太發展 30 年，做錯哪些事？做對哪些事？
 2. 元太如何建立電子紙生態圈？
 3. 生態時代下，企業的生存策略為何？

8 數位生態下商業模式

- 閱讀材料：課程投影片 (數位生態下商業模式)

模組三：價值主張**9 設計思考**

- 閱讀材料：Brown (2008) 跟愛迪生學創新
- 閱讀材料：課程投影片 (跟愛迪生學創新；設計思考發想)

10 價值主張

- 閱讀材料：「價值主張年代」Ch. 1
- 閱讀材料：課程投影片 (價值主張)

11 價值主張個案討論

- 閱讀材料：特斯拉電動車生態系
 - 在它創立以來的 20 年中，Tesla 已經發行了高階版的 Roadster、Model S、Model X、Model 3、Model Y。在 2020 年，Tesla 市值正式超越通用汽車與福特市值總和，現在出現新的質疑：Tesla 能抵抗其它車廠投入電動車嗎？
- 個案研討問題：
 - 每組必須準備數張大型海報(poster)回答以下的問題：
 1. Tesla 初期面臨什麼樣的風險與障礙？如何克服？
 2. Tesla 的商業模式在不同階段如何轉變？可以用商業模式 4 要素為分析架構。
 3. Tesla 能抵抗其它車廠投入電動車嗎挑戰嗎？有何建議？

12 創業領導人

- 閱讀材料：課程投影片 (創業領導人)

模組四：創新管理**13 破壞式創新**

- 閱讀材料：「創新者的解答」
- 閱讀材料：課程投影片 (破壞式創新)

14 創新管理個案討論

- 閱讀材料：台灣積體電路製造公司
 - 台積電 (tsmc)成立於 1987 年，是世界上第一個純代工，集中在製造半導體的公司。在該公司的初期，台積電管理側重於卓越製造，在 90 年代晚期隨著競爭加劇，公司開始注重客戶服務，2000 年之後更加碼技術研發。在 2021 年，台積電市值已超越英特爾，名列全球前 10 大企業。
- 個案研討問題：
 - 每組必須準備數張大型海報(poster)回答以下的問題：
 1. 為什麼台積電在晶圓代工能夠如此成功？可以用 C-SOP 為分析架構。
 2. 請問多年以來，台積電商業模式有何轉變？可以用商業模式四要素為分析架構。
 3. 你認為台積電競爭優勢可以繼續維持？有何建議？

15 第二成長曲線

- 閱讀材料：課程投影片 (企業第二曲線贏的策略)

16 課堂測驗

- 每位學員需針對考試「個案」撰寫分析內容，考試時為 open book。

EMBA Program

「行銷管理與品牌決策」
課程大綱

Syllabus
of
Marketing Management and Brand Decision

2025年09月
(台旦13班)



授課教師: 謝明慧 (台灣大學國際企業所教授、管理學院產學發展副院長、產學辦公室主任)

✉ minghsieh@ntu.edu.tw ☎ 886-2-3366-3850

上課時間地點：

日期： 2025/09/18 (四)- 2025/09/21 (日)

時間： 每日9:00至18:00

地點： 重光講堂

參考閱讀： 請見相關單元

補充教材： 哈佛商業評論選定文章以及經理人雜誌謝明慧專欄文章。

課程內容與學習目的

本課程是為台海兩岸企業和各類組織的高層領導人開設的。課程目的在於提高學員對行銷、品牌、消費者行為以及顧客關係管理相關概念的理解，以及實務與發展。如同其他的高階管理課程，本課程期望學員能熟悉行銷相關的專業語言、思維、以及分析架構，並且能從行銷長(CMO)及執行長 (CEO)的高度對行銷及品牌決策的制訂過程有較深刻的理解。本課程內涵著重於，在新經濟邏輯之下，行銷長及執行長面臨的挑戰，尤其是來自於終端市場的轉變所帶來的挑戰，包含如何洞察顧客及利害相關人的價值認定、理解數位時代對行銷管理的意涵，以及如何實現永續發展以及生態佈建？

課程中，教師主要講授市場行銷的知識和理論，從而幫助學員建立清晰的行銷理論框架，同時，藉由案例研討，指導學員運用創新思維方式來解析案例的脈絡，從中理解決策邏輯，此將有助於學員在面臨五花八門的實務問題時，洞察問題的本質。本課程的教學目標包括：



- 介紹行銷及品牌管理的本質、相關理論以及實踐進展
- 鍛煉學員運用理論視角進行思考、分析和決策的能力
- 介紹洞察市場的工具及架構，以強化學員洞察市場的能力
- 協助學員理解品牌全球化的策略思維以及途徑
- 協助學員理解宏觀行銷、品牌創新與永續發展的關係

課程設計與學習準備

本課程設計採用演講、演練及案例，以及小組互動討論、課堂討論、反思等教學方式，協助學員吸收觀念、提高學員的理論與實務結合能力。教材包括講義、個案及閱讀文章。為提高學習效果，請務必充分詳讀個案，以利課間小組討論以及課堂上有效的互動學習。

分組及案例討論

本課程共討論四個案例，包括：「62歲芭比娃娃復活記」、「Zespri 的成長」、「BTS 防彈少年團引爆全球熱潮」、和「聯合利華以永續作為競爭策略」。請同學以小組為單位進行討論，每組都要在大堂討論前繳交PPT至微信課程群，且每一題都要回答於PPT。請被分派到報告的組別分享指定題目的小組討論結果。大堂討論時，請全班學員加入討論，積極提出看法。個案討論問題綜整如下：

Case 1 芭比娃娃復活記

請在閱讀完案例後，各組(G1-G8)自行定義並回答一個問題。下面的問題僅做為參考，不限於這些問題。

- 芭比的購買決策是由誰主導？家長？孩子？共同決策？請詳細述兩個決策場景。
- 請分析過去 60 年來，芭比的品牌識別 (brand identity) 以及所傳達的品牌意義，如何反應社會趨勢？
- 芭比具有哪些品牌資產？這些資產對誰有意義？哪些資產具有成為 “IP” 的潛力？可能的延展方向？
- 你建議如何重新定義芭比，你贊同芭比朝向多元化或智慧化 (AI 賦能) 發展嗎？為什麼？
- 你建議芭比如何再度取得話語權或成為話題焦點？你認為芭比可以關注或涉入哪些社會議題？



Case 2 Zespri 的成長

- 請分析 Zespri 的關鍵成功因素。(第八組報告)
- 時間拉回 2018 年，你認為執行長 Mathieson 2025 年的策略目標(全球營業額提升至 45 億，約是當時營業額的兩倍) 合理嗎？在達成該目標的過程中可能的契機和挑戰為何？(第七組報告)
- 兩岸的農業業者以及其他利益相關人可以從 Zespri 的案例學到甚麼？(第六組報告)
- 兩岸的哪個產業的成員較適合建立類似 Zespri 這樣的共同品牌？為什麼？

Case 3 BTS 防彈少年團引爆全球熱潮

- 你認為 BTS/Big Hit 成功嗎？何以見得？關鍵成功因素為何？可以複製嗎？(第五組報告)
- 你贊同 HYBE 從一家經紀公司重新定位為一個全面生活型態的平台 (comprehensive lifestyle platform) 嗎？(第四組報告)
- 你認為兩岸的流行(音樂、娛樂)產業、主管機關或其他利益相關人可以從 BTS 的案例學到甚麼？
- 請比較並分析 BTS 和 Zespri 邁向全球化的軌跡及邁向成功之道的異同點為何？(第三組報告)

Case 4 聯合利華以永續作為競爭策略

- 您如何評價 CEO Polman 在 2010 年所推動的聯合利華永續生活計畫 (Unilever Sustainable Living Plan, USLP) ? Achievements and challenges? 能夠達成目標的原因是？(第二組報告)
- 經過 10 年(2020)，USLP 策略是否需要調整？調整甚麼？
- Unilever 的 USLP 對於兩岸企業 ESG 轉型帶來哪些重要的管理意涵、借鏡？(第一組報告)

評分標準

1. 小組討論及報告 40 %
2. 課程參與 (出勤、課堂發言) 30 %
3. 課後個人心得報告 30%



課程內容

Day 1 : 05/16 典範轉移與行銷的本質

【單元 1.0】課程介紹

【單元 1.1】典範轉移

- 本單元將介紹典範移轉，包括經濟型態演化、商業邏輯演化、經營典範演化以及行銷導向演化，以及顧客主導邏輯的挑戰和價值的演化。

【單元1.2】行銷的本質與視角

- 本單元將介紹不同觀點(經濟學和社會學)下的“市場”意涵，並比較廠商觀點(多為經濟學觀點)和生態觀點下的市場狀態和形成過程。另一方面，本單元亦將演繹回應市場 (market driven)和驅動市場 (market driving)的差異。

【個案討論】62歲芭比娃娃復活記

【工作坊】小組討論三種價值主張

本單元將藉由審視三種顧客價值主張，以了解企業擬訂價值主張的過程以及可能產生的問題。並請學員反思所屬企業或是品牌的價值主張是否能引起顧客共鳴，何以見得？

【反思】你的顧客價值主張能獲得顧客的共鳴嗎？

【參考閱讀】

- 「行銷近視症」哈佛商業評論全球繁體中文版 June 2009 p1-16。
- 「CMO 新挑戰: 理解論定價值的邏輯(經理人雜誌 no 175)。
- 「CMO 新挑戰: 帶領顧客前往「幸福路上」經理人雜誌 no 184。
- 「CMO 新挑戰: 轉換品牌塑造思維」經理人雜誌 no 187。
- 「CMO 新挑戰: 塑造超越產品功能的品牌價值」經理人雜誌 no 190。
- 「CMO 新挑戰: 善用文化與情境塑造品牌」經理人雜誌 no 177。



Day 2 : 05/17 (五) 消費升級與場景洞察

【單元2.1】微笑曲線2.0

- 本單元介紹在顧客主導邏輯之下的微笑曲線 2.0 的概念及意涵。曲線的兩端有賴洞察能力以及場景想像力來支撐；而中間附加價值相對低的部分則是未能打破行銷近視症(market myopia)的產品思維。微笑曲線 2.0 的架構之下，企業可以藉由場景洞察以及場景策畫來提高附加價值：場景洞察的三個面向分別為認清顧客的多重角色、兼顧調適性學習(adaptive learning) 以及原創性學習(generative learning)、研發及培養軟性 IP；而策畫消費場景的三個面向則包括定義顧客價值的意義、賦予顧客場景的意義、提高顧客連結的意願。

【單元2.2】洞察的方法和工具

- 本單元將著重在定義場景，並介紹顧客旅程、辨識痛點以及推論需求，以提升學員洞察 B2B 以及 B2B 場景的能力。本單元亦將介紹洞察場景的方法及工具。

【個案討論】Zespri的成長

【反思】地緣品牌國際化的挑戰

- 本單元將請學員反思具有文化屬性的茅台如何加快國際化的腳步。特別是在討論完 Zespri 之後，請學員思考可以學習或調整 Zespri 的哪些經驗？

【實務分享】如何轉化經營問題為研究問題？

【參考閱讀】

- 「顧客主導邏輯下的微笑曲線 2.0」哈佛商業評論全球繁體中文版 Aug. 2019, No. 156 pp.30。
- 「這種行銷科技，別買！」哈佛商業評論全球繁體中文版 Aug. 2021 No. 180. Pp 76-83。
- 「CMO 新挑戰: 洞察與策畫消費場景」經理人雜誌 no 193
- 「CMO 新挑戰：理解不斷演化的「場景」脈絡以「家」出發的泛生活商機」經理人雜誌 no. 188
- 「CMO 新挑戰: 學會如何學習顧客需求」經理人雜誌 no 179
- 「CMO 新挑戰: 用不同角度獲取場景意義」經理人雜誌 no. 181
- 「CMO 新挑戰: 理解主導邏輯的演化」經理人雜誌 no. 176 · July 2019.
- 「CMO 新挑戰: 全面理解 C2B 的意涵」經理人雜誌 no.171 · Feb, 2019。
- 「CMO 新挑戰：消費升級的 4 種期望」經理人雜誌 no. 166。
- 「CMO 新挑戰: 再度理解「消費升級」的內涵」經理人雜誌 no. 167。
- 「CMO 新挑戰：從「生產價值」轉型成「消費價值」之新零售」經理人雜誌 no. 163



Day 3 : 05/18 (六) 非理性行與IP經營

【單元 3.1】非理性行為

- 本單元介紹消費者的非理性行為，聚焦在認知與情感的偏誤，同時，藉由消費者類宗教、慣性、知易行難等議題來了解消費者的其他非理性行為。透過案例介紹，引領同學理解行為經濟學家如何解決消費者知易行難的問題。本單元也將討論忠誠的內涵，以理解兩種不同的忠誠 (e.g., 習慣 vs. 狂熱)。

【單元3.2】IP 經營

- 承襲第微笑曲線 2.0 的培養性 IP，本單元將藉由 BTS 的案例進一步介紹 IP 的本質，並且以 BTS 為例說明 IP 的價值函數 (包括企業、產品、粉絲)。

【個案討論】BTS 防彈少年團引爆全球熱潮

【工作坊】解構顧客旅程

【反思】你能從顧客的旅程中，推敲出顧客的痛點與隱性需求嗎？

【參考閱讀】

- 「習慣讓我們建立連結」哈佛商業評論全球繁體中文版 Jan. 2017 p82-84。
- 「化身最佳顧客幫手」哈佛商業評論全球繁體中文版 April 2017 p132-141。
- 「從顧客動向找創新」哈佛商業評論全球繁體中文版，Sept. 2016 p79-90。
- 「善用大數據翻轉銷售」哈佛商業評論全球繁體中文版 Nov. 2015 p105-117。
- 「CMO 新挑戰: 藉勢 IP 經營品牌: 找對內容 IP 和目標客群，讓別人的粉絲也變成你的」經理人雜誌 no. 157，Dec. 2017 p24-25。
- 「CMO 新挑戰: 如何打造超級 IP」經理人雜誌 no. 159。
- 「CMO 新挑戰: 善用擬人化智慧財產: 創造有人味的 IP，為企業衝買氣、打品牌」經理人雜誌 no. 155，Oct. 2017 p20-21。
- 「CMO 新挑戰: 顧客忠誠方案為什麼效用低? 社群經營不是行銷手法，而是一項企業策略」經理人雜誌 no. 151，June 2017 p20-21。



Day 4 : 05/19 (日) 永續發展與生態佈建

【單元4.1】顧客導向

- 本單元將介紹 1)顧客導向的本質和漏水統理論， 2)顧客導向的重要指標 CPI (customer performance index)，以及 3) 顧客導向與行銷科技的的關係。

【單元4.2】目的導向的我生態

- 對許多企業而言，邁向永續發展牽涉到更廣泛的組織導向轉型，而在轉型的過程中必須從根本思考企業/品牌目的 (company/brand purpose) 以及顧客目的 (customer purpose)與永續發展/ESG 的攸關性。本單元將釐清企業目的、品牌目的與顧客目的三者的關係，並且進一步帶出目的導向的「我」生態(mecosystem) 概念及實務。

【實務分享】Customer 360 在顧客關係管理的應用與挑戰

【個案討論】聯合利華以永續作為競爭策略

【工作坊】佈建我生態

【反思】你要如何建立我生態論述、辨識合作夥伴， 佈建我生態？

【參考閱讀】

- 「顧客是企業最佳成長引擎」哈佛商業評論全球繁體中文版 Aug., 2021, pp.22-。
- 「探索企業目的背後的目的」哈佛商業評論全球繁體中文版 April 2022 p54-63。
- 「成就全新的你是門好生意！如何抓住個人轉型商機？」哈佛商業評論全球繁體中文版 Feb 2022 p100-111。
- 「CMO 新挑戰: 用我生態經營品牌: 全面辨識消費者生活體驗，邀請互補品牌結盟共舞！」經理人雜誌 no. 158，Jan. 2018 p24-25。
- 「CMO 新挑戰: 擁抱你的年代！」經理人雜誌 no. 160。
- 「CMO 新挑戰: 融合經濟利益和社會利益」經理人雜誌 no. 173，April 2019.
- 「CMO 新挑戰: 應用社會行銷改變消費者行為」經理人雜誌 no. 174，May 2019.

台大-復旦 EMBA

【資訊管理】課程教學大綱

課程名稱/Course Title: 資訊管理

授課日期/Date: 2025 年 9 月 18 日-9 月 21 日

任課教師/Instructor(s): 凌鴻

開課院系/School/Department: 管理學院

1・課程概要/Course Summary

課程名稱 (中文) Course Title (Chinese)	資訊管理		
課程名稱 (英文) Course Title (English)	Information Management		
開課院系 School/Department	管理學院	開課學期 semester	
授課語言 Teaching Language	中文	適用學科專業 Discipline/Specialization	工商管理
學分數 Course Credit(s)	2	教學周數 Weeks	共 周

總學時 Teaching Hours in Total	共 36 學時	實驗/實踐學時 Hours for Experiments /Practice	共 / 學時
預修課程要求 Pre-requisite Course(s)	無		
課程簡介 Course Introduction	資訊管理是當今企業等各類組織的重要管理職能之一。企業資訊化和數位化轉型的成功需要將資訊技術和資訊系統與企業的環境、戰略、組織、流程等多方面的有機融合。本課程針對企業的高層管理人員，以戰略的視角，圍繞資訊管理中的理念、系統和技術三個維度，通過課程講解和案例分析討論，使EMBA學生充分認識到資訊技術對企業、組織、個人和社會的影響，發現資訊技術的潛在能力及帶來的挑戰和機遇；瞭解資訊技術在企業的主要業務中的應用，理解企業數位化轉型的特殊性和過程，掌握轉型過程中管理變革和業務流程優化方法，有效開展資訊系統建設的戰略選擇，並對涉及的相關現代資訊技術有基本認識。		
2. 教學目標/Course Objective (100-200 字)			
通過理解資訊技術、組織變革之間互動關係，有助於企業推進資訊化和數位化轉型時作出更有效的決策。通過對主流的企業級數位化應用研討，以及學習參考當前行業數位化轉型實踐，對企業資訊化建設的目標和範疇進行思考、規劃，從而利用資訊技術更有效提升企業競爭力。課程的目標是提升 EMBA 學員對數位化轉型進行系統化思考的能力；提升組織推進資訊化工作的能力和借助資訊技術推進數位化轉型的能力。			
3. 教學內容及進度安排/Course Content & Schedule			

課次/模組 No.	教學周 Week	教學內容及預期效果 Content & Expected Achievement	作業/練習 Assignment
1		課程介紹	
2		新興技術發展現狀與趨勢	
3		Sora引領人工智慧新紀元	
4		企業數位化轉型戰略	
5		企業數位化轉型實施途徑	
6		區塊鏈的顛覆性應用	
7		元宇宙時代的展望	
8		數位化轉型思維與實踐	

4. 課程考核及成績評定/Course Assessment & Grading

考核形式* Assessment Criteria	權重 Percentage	評定標準 Assessment Standard
出勤 Attendance	20%	1)不缺席、不遲到、不早退 2)守紀律
課堂表現 Participation	30%	1)參與小組分析 2)課堂提問、參與交流、貢獻觀點

開卷考試 Open- book exam	50%	1)考查課程內容掌握情況
-----------------------------------	-----	--------------

* 各項考核指標可自由設置，無相關要求的可填 0%，總權重為 100%。

5. 教材/Textbook(s) (如使用自編講義，請在“名稱”列中備註說明)

序 號 No	名稱 Title	編著者 Author(s)	標準書號 ISBN	出版機構 Publisher	出版年月 Publication Date
1	《執行資訊系統(原書.第 16 版)》	肯尼士.C.勞東， 簡.P. 勞東著	9787111 719984	機械工業出版 社	
2	《電商商務與社交商務導 論》	埃弗雷姆.特班等 著,凌鴻等譯	9787111 636571	機械工業出版 社	

6. 教學參考資料/Reading Materials and References

數位化企業網站：<http://www.e-works.net.cn>等；

微信公眾號：數位化企業等

1. 課前或課後至少閱讀一本與課程相關的書籍，如：

1) 《目標》

2) 《維琪經濟學》

3) 《長尾理論》

- 4) 《免費》
- 5) 《大數據時代》
- 6) 《新經濟新規則》
- 7) 《第二曲線：跨越S 型曲線的二次增長》
- 8) 《第二次機器革命》
- 9) 《數位躍遷—數位化變革的戰略與戰術》

7. 任課教師簡介/Profile of Instructor(s) (教學科研經歷簡介，300 字左右)

凌鴻，復旦大學管理學院資訊管理與商業智慧系教授、博士生導師；復旦智慧城市研究中心主任；管理學院教授會主席；高層管理教育中心(EE)學術主任；歷任管理學院資訊管理與資訊系統系主任、管理學院工會主席、高級管理人員發展中心主任、上海複理管理諮詢有限公司總經理、香港大學客座教授、中國資訊經濟學會 (CIES) 理事會第六屆常務理事、國際資訊系統協會中國分會(CNAIS)理事。任多家大型國有及民營企業的資訊化顧問、上市公司獨立董事。

清華大學電腦應用工學學士，復旦大學管理學博士，美國麻省理工學院訪問學者。曾任職香港城市大學製造工程系助理研究員，香港城市大學資訊系統系副研究員。長期從事資訊管理與資訊系統研究和實務，研究領域涵蓋了資訊系統與電子商務戰略、數位化轉型與商業模式創新、智慧城市、元宇宙、企業資源規劃、區塊鏈、大資料、人工智慧等。已發表一百五十多篇學術論文。主持並參與包括國家863高科技計畫專案、自然科學基金專案、政府決策諮詢專案、企業資訊化專案五十多項。長期承擔包括本科生、研究生、MBA、EMBA、企業培訓等多層次課程教學，累計幾百家企業的培訓及講座。教學課程的內容包括：企業數位化轉型、資訊技術管理與創新、企業資源規劃、流程管理與組織變革、企業資訊管理、電子商務模式創新、互聯網金融、大資料與人工智慧等。主講《執行資訊系統》獲國家精品課程稱

號。			
聯繫郵箱		聯繫電話	
Email	hling@fudan.edu.cn	Contact	
Add		phone	

《全球背景下的中國經濟》課程簡介

授課教師：復旦大學管理學院應用經濟學系

李治國副教授

上課日期：2025/10/16-10/19

課程背景：

中國經濟正在從要素與投資驅動階段轉向創新驅動的高品質發展階段。

歷經四十多年的改革開放，中國經濟持續高速增長，在微觀上建立現代企業制度與市場經濟體系，在宏觀上藉助財政與貨幣政策對國民經濟進行調控。企業與家庭等微觀主體在宏觀環境中，遵循市場機制實現健康成長和快速發展。

歷經三年的全球疫情衝擊，仍在繼續的俄烏與巴以軍事衝突，出乎意料的美元暴力加息以及由此引發的全球金融衝擊和匯率市場波動，難以緩和的中美博弈乃至脫鉤，正在導致全球供應鏈斷裂，國際貿易受阻，股市劇烈波動，經濟持續低迷，通脹通縮壓力並存，世界經濟正在面臨更多不確定性。

中國與世界經濟正在經歷百年未有之大變局，諸多領域與相關企業將面對越來越多的難題和陣痛；宏觀經濟很可能將在較長一段時期內保持低速增長，一些企業以往行之有效的粗放型發展模式難以為繼；加速到來的新一輪科技革命，更加迫使越來越多的企業進行數字化轉型與智能化升級。

在此背景下，本課程旨在講授宏觀經濟的基本理論框架和主要分析工具，並從全球視角敘述中國經濟運行狀況及其特徵。課程內容由八個模組組成，前四模組為框架與格局，后四模組為邏輯與趨勢，具體參見教學大綱和教學安排。

教學目標：

幫助企業家和管理者，理解宏觀經濟運行的理論與機制，探索中國及全球經濟發展的主要實踐，掌握經濟趨勢的分析能力，洞察宏觀環境的深刻變化，輔助企業運營的重大決策，探尋商業發展的關鍵機會。

課程資料：

- 1、《中國經濟：適應與增長》，巴里·諾頓 著，安佳 譯，上海人民出版社；
- 2、《逃不開的經濟週期》，拉斯·特維德 著，董裕平 譯，中信出版社；
- 3、《經濟發展理論》，約瑟夫·熊彼特 著，郭武軍 譯，華夏出版社；
- 4、《行動的勇氣》，本·伯南克 著，蔣宗強 譯，中信出版社。

考核方式：

出勤（15%）、課堂討論（15%）、小組作業（20%）、個人作業（50%）

《全球背景下的中國經濟》

教學大綱

課次	主要內容	作業
1	宏觀經濟之旅：全球視野與中國特徵 1. 宏觀經濟與宏觀經濟學：基本認識與如何學習 2. 宏觀經濟主題與指標：產出、通脹與失業 3. 中國經濟特徵與轉型：總量增長與結構失衡	課前閱讀
2	商品市場運行與消費投資行為 1. 國民收入決定的短期理論：需求約束與乘數效應 2. 宏觀經濟中的消費：消費函數與中國的消費行為 3. 宏觀經濟中的投資：投資函數與中國的投資行為	
3	貨幣市場運行與貨幣供求行為 1. 貨幣的概念與商業銀行的存款創造：貨幣乘數 2. 貨幣供給與需求：央行、基礎貨幣與“貨幣之謎” 3. 貨幣供求均衡與利率決定過程：我國的利率體系	課前思考 小組討論
4	宏觀政策調控：目標、手段與思想 1. 宏觀需求管理：IS-LM 模型與宏觀政策調控 2. 政策調控手段：財政/貨幣政策的工具與效果 3. 經濟目標權衡：短期需求管理 VS 中期動態調整	
5	中國經濟增長：奇跡、困境與轉型 1. 經濟增長的本質與決定因素：理論與現實 2. 關於中國經濟的理解：三個問題與多重困境 3. 經濟轉型的方向：跨越兩大陷阱與高質量發展	課前思考 案例彙報
6	中國的產業結構調整與金融體系再造 1. 產業發展面臨的問題與產業結構調整 2. 產業發展規律與中國的產業發展方向 3. 金融體系差異與中國的金融體系再造	
7	開放經濟環境：全球化與中國 1. 全球貿易環境、中國外貿特徵與中美貿易摩擦 2. 匯率決定理論、購買力/利率平價與人民幣匯改 3. 開放新形勢：中國企業走出去與跨境資本流動	課前思考 案例彙報
8	中國經濟動力：產業變革與企業成長 1. 逃不開的經濟週期與經濟增長動能的轉換 2. 產業變革的思考：先進製造業與現代服務業 3. 企業成長的背後：企業家精神與持續創新力	

管理經濟學

2025 年 10 月

授課時間：09:00-17:30 · 2025/10/16-19 授課教室：復旦大學管理學院政立院區

授課教師：劉憶如 教授、陳坤志 副教授

教授郵件：cliu2018@ntu.edu.tw (劉憶如)、kunchih@ntu.edu.tw (陳坤志)

【課程目標與學習設計】

資源有限，但欲望無窮。經濟學是一門研究如何分配的學問；也就是一個學習如何利用有限的資源，做出最好的配置選擇，以達到某種目標的學門。經濟學也因此是與我們日常生活息息相關的學門。應用在個人及企業上，是「微觀經濟學」；應用在國家大事上，則是「宏觀經濟學」；分析方法或有不同，理念卻是一致。「什麼是最好？」可能是哲學層面的探討，經濟學無法告訴我們答案；但是，如何在客觀條件下，做出「最適當的分配」，是我們這堂課共同一起要學習的。本課程著重於「理論應用於實務問題的分析」，面對各種事件的發生，本課程希望能增進同學分析實務問題的能力。

【學習教材】

➤ 文章與講義

經濟風雲變幻：劉憶如教授專欄文章精選 (2022~2024) · 另有上課PPT講義

➤ 參考書籍

Principles of Economics (2024), 9th Edition, Robert H. Frank, Ben S. Bernanke, Kate Antonovics, & Ori Heffetz / 出版社：McGraw Hill Education

經濟學概要 (2010) · Robert H. Frank & Ben S. Bernanke · 黃柏農編譯 / 出版社：滄海書局 (繁體中文)

宏觀經濟學原理 (2010) · Robert H. Frank & Ben S. Bernanke · 潘豔麗、吳秀雲譯 / 出版社：清華大學出版社 (簡體中文)

Microeconomics (2009), 7th Edition, Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld / 出版社：NY: Pearson Prentice Hall

個體經濟學 (2009) · Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld · 劉純之、遊慧光、林恭正譯 / 出版社：華泰文化 (繁體中文)

微觀經濟學 (2009) · Robert S. Pindyck & Daniel L. Rubinfeld · 高遠、朱海洋、范子英譯 / 出版社：中國人民大學出版社 (簡體中文)

【課程要求】

➡ 小組口頭報告

針對本課程所有上課主題，同學可任選有興趣的主題，在每次課程開始時提出10分鐘的小組報告。

➡ 辯論賽

本課程將進行一場對於時事經濟議題的辯論賽，辯論賽旨在透過經濟時事的探討，訓練學習者的問題分析、邏輯判斷以及運用課程知識提出對策之（團隊）能力。所有修習本課程的同學須全程參與辯論賽。

➡ 課後個人書面報告

課後個人須繳交「一份」課後報告。報告采書面形式，會給定4~5個報告主題與具體題目供同學選擇，篇幅6-10頁（含圖表）。報告內容旨在運用課堂所學，針對各題目寫出看法或心得。

【學習評價】

✓ 個人課程參與	30%
✓ 小組口頭報告	20%
✓ 課後個人書面報告	50%



劉憶如 博士

Dr. Christina Y. Liu

Email: cliu2018@ntu.edu.tw

劉憶如教授，現任臺灣大學財務金融系兼任教授、北威國際集團董事總經理。劉教授目前亦同時在臺灣擔任工業總會最高顧問暨電機電子公會會策顧問，並任鴻海精密工業股份有限公司(富士康)董事。

劉教授曾在臺灣擔任財政部部長、經濟建設委員會主任委員、第五屆暨第六屆立法委員、中國信託金控首席顧問；並曾任香港政府經濟發展委員會委員、日本大和總研全球首席經濟顧問；亦曾擔任紐約證券交易所上市公司 Taiwan Fund 董事，以及臺灣證券交易所董事。

劉教授曾任教于全球多所大學，包括美國芝加哥大學、美國紐約市立大學、澳洲國立大學、臺灣大學、香港中文大學、北京清華大學，並曾任臺灣大學財務金融系系主任暨研究所所長；長期為多家媒體雜誌撰寫專欄，包括中國大陸 21 世紀經濟報導、財新傳媒、香港經濟導報、臺灣的聯合報、中國時報、經濟日報、工商時報、今週刊及天下雜誌等。

劉憶如教授的專長領域包括國際金融、財務管理、貨幣政策、財政政策、外匯政策、產業政策、數字貨幣暨韌性供應鏈。劉教授為臺灣大學政治學系學士、美國芝加哥大學企業管理學碩士、美國芝加哥大學經濟學博士。



陳 坤 志
Kunchih Chen

Email: kunchih@ntu.edu.tw

陳坤志老師，現任臺灣大學會計學系副教授；曾任台大進修推廣學院副院長、台大學術發展基金會執行長、校園建設基金會執行長以及台大數字學習中心大學課程組長，負責全校數字課程的發展規劃。

陳老師畢業於臺灣大學經濟學系、其後獲得密西根大學企管碩士、以及南加州大學企業管理博士學位；專長領域為財務會計與管理經濟學；研究主題包括財報分析、會計準則對資本市場之影響、審計公費、文字探勘、證券分析師相關議題、企業社會責任以及公司治理等；相關研究著作發表於 The Accounting Review, Review of Accounting and Auditing Studies, The North American Journal of Economics and Finance, Finance and Market 等期刊。曾獲玉山學術獎、2018 NTU Management Review Conference, 2016 TSC Thesis Symposium, 2015 Review of Accounting and Auditing Studies, 2014 Asian Pacific Conference on International Accounting Issues 等會議之最優論文獎項。

陳老師主要教授課目包括：會計實證研究(博士班)、中級會計學、中級會計學專題、管理經濟學(EMBA)、公司治理(EMBA)、管理會計學(GMBA)、會計專業入門等；曾獲臺灣大學優良導師(2018 年)、四次臺灣大學校級教學優良獎、四次管理學院院級教學優良獎；過去曾任教于南加州大學(2007 年)與新加坡管理大學(2009-2014 年)，均曾獲教學優良獎項。曾於美國哈佛大學(2017 年)、柏布森大學(2018 年)接受個案以及創新創業教學訓練，並曾於德國漢堡大學(2018 年)與日本關西大學(2019 年)擔任訪問學者。

在產學服務方面，陳老師為臺灣財務報導準則委員會之委員、亦曾為會計問題研議小組、保險發展中心推動 IFRS17 小組之成員，現任研揚科技、合富醫療控股之獨立董事，與臺灣台新金控吳統雄會計師合著有「贏在特別股」一書。除教研工作外，陳老師過去幾年並參與跑步的學習；目前已經完成二十個半程馬拉松比賽。

Syllabus of Prospects of Global Financial Markets

國際金融市場分析 教學大綱

2025 November 台旦班 EMBA

授課教授：李賢源教授

上課日期：2025 年 11 月 20 日(四)至 11 月 23 日(日)

上課時間：9:00-18:00

上課教室：台大重光講堂

評分標準：出缺席 10%、遲到早退(15 分鐘以上) 5%、上課參與 25%、報告或考試成績 60% 等等。以上總分排序最後 5% 者，其最終成績為 B-。

本課程的基本結構：

第一單元：俄烏戰爭、通貨膨脹與政府政策、以及矽谷銀行等
倒閉事件對金融市場的影響

第二單元：通貨膨脹曲線與 Fed 貨幣政策

第三單元：美元如何成為世界的貨幣龍頭

第四單元：美元是世界貨幣霸主的新證據

第五單元：石油經濟學：頁岩油 vs 傳統油；ESG vs 石化能源

第六單元：中國如何崛起？它的戰略選擇的利弊得失、以及未來的衝擊

第七單元：歐元區與日本通貨緊縮正在停滯

Case -- 死對頭國家大 “PK” !!

本課程預定達到的幾個目標：

- 俄烏戰爭對通貨膨脹的影響、以及政府應對的政策
- 矽谷銀行、瑞士信貸、標誌銀行、以及第一國民銀行倒閉事件對金融市場的影響
- 美國勞動市場與通貨膨脹最新的看法，推測美國的經濟展望—動能依然強勁
- 解讀不同的通貨膨脹衡量指標：CPI、PPI、PCE、Breakeven Inflation & 通貨膨脹曲線
- Fed 如何參考 PCE & 通貨膨脹曲線制定政策？
- 美元如何成為世界的貨幣龍頭？以及美元是世界貨幣霸主的新證據？
- 石油經濟學：頁岩油 PK 傳統石油；ESG vs 石化能源
- 中國如何崛起？它的戰略選擇的利弊得失、以及未來的衝擊
- 美、日、歐中央銀行宏觀權衡來管理貨幣政策
- 安倍經濟學對日本的影響；安倍經濟學總檢討

各單元內容介紹

第一單元：俄烏戰爭、通貨膨脹與政府政策、以及矽谷銀等倒閉事件對金融市場的影響

- 一、 俄烏戰爭如何永久性的改變了全球的宏觀格局
- 二、 矽谷銀行、瑞士信貸、標誌銀行、以及第一國民銀行事件對金融市場的影響
- 三、 中美競爭如何結構性的影響通貨膨脹前景
- 四、 美國勞動市場與通貨膨脹的新看法
- 五、 美國經濟展望：勢頭依然強勁

第二單元：通貨膨脹曲線與 Fed 貨幣政策

- 一、 如何達到這樣的通貨膨脹水準的？
- 二、 通貨膨脹新看法之下的 Fed 貨幣政策與利率交易策略
- 三、 過去式的通貨膨脹指標 vs 前瞻式的通貨膨脹指標
- 四、 Fed 如何與市場溝通？
- 五、 為何各國央行大多將目標通貨膨脹率設在 2%？

第三單元：美元如何成為世界的貨幣龍頭

- 一、 國力四大必要條件
- 二、 從歷史看美國如何建構二戰後的國際貿易與金融體系
- 三、 美國在建構國際貿易與金融體系的過程，美元如何發展
- 四、 利率市場化的重要性、以及美國的經驗
- 五、 美國利率市場化成功後取得的成果

第四單元：美元是世界貨幣霸主的新證據

- 一、 各國取代 Libor 的浮動利率指標
- 二、 美國取代 Libor 的 SOFR vs 其他各國指標的優劣
- 三、 各國新利率指標配套的衍生性商品市場

第五單元：石油經濟學：頁岩油 vs 傳統油；ESG vs 石化能源

- 一、 為何美國實施 QE 有效、但各國實施 QE 的效果不彰？
- 二、 石油經濟學：頁岩油與傳統油的價格戰爭
- 三、 二十世紀的殖民帝國主義 vs 民族自決主義
- 四、 二十一世紀的 ESG vs 石化能源
- 五、 ESG 與石化能源的競合關係中找尋投資機會

第六單元：中國如何崛起？它的戰略選擇的利弊得失、以及未來的衝擊

- 一、 鄧小平的改革是中國崛起的充分、必要、或充分必要條件
- 二、 中國面臨的三元悖論問題
- 三、 1980-2000 中、美、日、德的關鍵時刻
- 四、 中國一帶一路戰略 vs 西德併東德戰略
- 五、 中國房地產的結構性問題

第七單元：歐元區與日本通貨緊縮正在停滯

- 一、 安倍經濟學對日本的影響
- 二、 安倍經濟學總檢討
- 三、 通貨膨脹新看法之下的歐元區與日本的中央銀行政策
- 四、 日本央行依賴經濟數據的三階段調整貨幣政策
- 五、 未來美元兌日圓的走勢

台大-復旦 EMBA

【會計學】課程教學大綱

課程名稱/Course Title: 會計學

授課日期/Date: 2025 年 11 月 20 日-11 月 23 日

任課教師/Instructor(s): 李若山

開課院系/School/Department: 管理學院

1 · 課程概要/Course Summary

課程名稱 (中文) Course Title (Chinese)	會計學		
課程名稱 (英文) Course Title (English)	Accounting		
課程代碼 Course Code	EMBA620004	任課教師 Instructor(s)	李若山
開課院系 School/Department	管理學院	開課學期 semester	
授課語言 Teaching Language	中文	適用學科專業 Discipline/Specialization	工商管理
學分數	2	教學周數	共 周

Course Credit(s)		Weeks	
總學時 Teaching Hours in Total	共 36 學時	實驗/實踐學時 Hours for Experiments /Practice	共 / 學時
預修課程要求 Pre-requisite Course(s)	無		
課程簡介 Course Introduction	以財務報表為核心，輔之以各類典型案例，系統講授會計學和企業內部控制的基本原理和實務操作，使學生可以初步掌握會計學和企業內部控制的基礎知識，以幫助其更好更高效地進行企業管理和資本運作。		
2. 教學目標/Course Objective (100-200 字)			
掌握會計學的基本原理；理解財務報表的基本知識；可以對財務報表進行初步的定性和定量分析；掌握運用財務報表進行投融資分析的一般原理；掌握企業內部控制的一般原理。			
3．教學內容及進度安排/Course Content & Schedule			
課次/模組 No.	教學周 Week	教學內容及預期效果 Content & Expected Achievement	作業/練習 Assignment
1		√ 企業經營活動概述 √ 主要財務報表概述 √ 複式記帳與會計分錄 √ 會計程式	
2		√ 資產負債表的形成 √ 資產的概念和內容	

		✓ 負債的概念和內容 ✓ 所有者權益的概念和內容	
3		✓ 優先股問題 ✓ 股權交換問題 ✓ 股權轉讓問題 ✓ 股權激勵問題	
4		✓ 利潤報表概述 ✓ 會計期間假設 ✓ 收付實現制與權責發生制 ✓ 收入、費用和成本的概念	
5		✓ 利潤報表的編制 ✓ 上市公司盈餘管理分析 ✓ 我國上市公司盈餘管理的主要手段 ✓ 盈餘管理與利潤操縱	
6		✓ 企業經營活動與現金流量表的關係 ✓ 收益流量與現金流量的關係 ✓ 現金流量表的編制 ✓ 企業財務報告的其他項目	
7		✓ 上市公司審計報告分析	
8		✓ 財務報表分析的目的 ✓ 財務報表分析的方法	
9			

10					
4. 課程考核及成績評定/Course Assessment & Grading					
考核形式* Assessm ent Criteria	權重 Percentage	評定標準 Assessment Standard			
出勤 Attendan ce	10%	考勤			
課堂表現 Participat ion	20%	平時案例討論			
開卷考試 Open- book exam	70%	課程結束後進行考試			
* 各項考核指標可自由設置，無相關要求的可填 0%，總權重為 100%。					
5. 教材/Textbook(s) （如使用自編講義，請在“名稱”列中備註說明）					
序 號 No .	名稱 Title	編著者 Author(s)	標準書號 ISBN	出版機構 Publisher	出版年月 Publication Date

1	財務會計(概念方法與應用原書第 14 版)	【美】羅曼 L.韋爾 凱薩琳.雪普 珍妮佛.法蘭西斯	9787111 513568	機械工業出版社	
2	李若山談獨立董事	李若山	9787111 700944	機械工業出版社	

6. 教學參考資料/Reading Materials and References

無

7. 任課教師簡介/Profile of Instructor(s) (教學科研經歷簡介·300 字左右)

李若山

廈門大學審計學博士

復旦大學管理學院教授

中國第一位審計學博士

教學課程: 會計學、內部控制

教育背景：

博士,會計學,廈門大學

碩士,會計學,廈門大學

學士,會計學,廈門大學

榮譽稱號：

2008.09,2008年上海市先進會計工作者,上海市財政局

1993.10,國務院政府特殊津貼,國務院

1991.10,在工作中做出突出貢獻的中國博士學位獲得者,國家人事部

學術經歷：

2001.01--2001.06,訪問學者,美國麻省理工學院斯隆管理學院

1995.07--1996.07,訪問學者,美國伊利諾大學

1988.07--1989.07,訪問學者,比利時魯汶大學

聯繫郵箱		聯繫電話	
Email	rsli@fudan.edu.cn	Contact	
Add		phone	

Syllabus of Service and Operations Management

服務與營運管理

December 2025

Acronym: SOM

Version: 5.0

授課教師：陳家麟 (台灣大學管理學院副院長暨EMBA執行長；台灣大學商學研究所教授)

Email : cchen026@ntu.edu.tw

課程目的： 服務與營運管理討論群組織如何整合資源，提供產品與服務以滿足顧客之需求，本課程以高階管理 (General Management) 觀點，探討營運與服務的策略性意涵，設計與執行之整合，課程內容分為四大部分：流程與供應鏈管理、服務管理與創新、ESG 與永續營運、服務與營運策略。本課程上課方式以演講為主，個案研討為輔，搭配錄影片播放、文章導讀、課堂活動，以期有效提升同學學習興趣。修課學生不限產業背景或工作性質。

參考書：

1. 「服務管理」，James Fitzsimmons著，美商麥格羅·華泰文化，2019年
2. *Designing and Managing the Supply Chain: Concepts, Strategies and Case Studies*，David Simchi-Levi 著，McGraw Hill 出版，2021年
3. *The Toyota Way*，Jeffery Liker 著，McGraw Hill 出版，2020年
4. Simon MacMahon, "The Challenge of Rating ESG Performance," *Harvard Business Review*, 2020.
5. *Mastering ChatGPT for Beginners: How to Harness the Power of AI Language Models for Your Personal and Professional Growth*, Shane Corbitt 著，Independently 出版，2023年
6. 「生態系競爭策略: 重新定義價值結構, 在轉型中辨識正確的賽局, 掌握策略工具, 贏得先機」，Ron Adner 著，天下文化出版社，2022年
7. George Serafeim, *Purpose and Profit : How Business Can Lift Up the World*, (目的與獲利：ESG 大師塞拉分的企業永續發展策略)，天下文化出版社，2022年

評分標準：上課參與(30%)、小組個案作業(40%)、期末報告(30%)

課堂參與分數的評分原則

個人參與分數會根據(1)出席狀況；(2) 課堂上的發言次數以及發言品質決定來進行計分。

修課規定：**1. 積極的課堂參與**

充分的雙向溝通是有效學習的關鍵，所以，出席是修習這門課的基本承諾(commitment)。不過，出席只是雙向溝通的必要條件，積極的參與還包括適當的課前預習、討論時意見的充分表達、以及遇有不清楚或不同意見時勇於交換意見；在這門課的討論空間裡，我們關心的不儘然是對或錯，而在於是否能透由充分的意見交換，使我們對一個問題有更深入的瞭解。

2. 課前閱讀及個案討論

課前的閱讀及個案討論請同學務必要完成。其目的，在透過實際的案例或練習，訓練學習者的問題分析、邏輯判斷、運用課程知識提出對策之能力。學員須於每堂課前，詳加閱讀個案並形成具體結論與建議，並請依照每堂課的要求，於課堂上進行討論與撰寫大字報。每一次個案的討論，都有指定回答的問題，這些問題都將附在您的課程資料當中。

3. 課後閱讀及練習

正所謂師父領進門，修行在個人。上課的時間很短，能夠提到的知識也十分有限的，因此課程會列出一些課後閱讀，希望同學了解，上完課不是結束，而是自我學習與成長的開始。

4. 期末報告

每位學員需或打字 3 頁 A4 個人心得：

- (1) 敘述由課程所學習到的功課(1 頁)
- (2) 敘述國、內外一家企業的服務與營運管理特色及可學習之處(2 頁)

5. 其他上課規定 (Other Norms of Class)**【出席】**

學程中累積四次嚴重遲到早退、不到課，視同退修本課程。缺課 1 天以上不通過本課程。

【發言】

為鼓勵學有學生獲得最大的價值。不單要發言，也要言之有物。

課程進度：

模組名稱	流程與供應鏈管理	服務管理與創新	ESG 與永續營運	服務與營運策略
時間/日期	模組 1 (12/26)	模組 2 (12/27)	模組 3 (12/28)	模組 4 (12/29)
9:00~ 10:30	動態競爭思維與營運策略 疫後供應鏈新角色	整合服務管理四大關鍵要素 設計思考在服務管理上的應用	ESG「內功」—組織轉型 永續平衡計分卡與OKRs	疫情前後十大科技趨勢的演變 AI 與大數據在營運管理的應用
10:30~11:00	茶歇			
11:00~12:30	豐田精實營運系統 精實營運 4.0 與工業 4.0	顧客體驗創新與場景革命 數位時代八種新興獲利模式	ESG 重大議題評估與分析 產品生命周期分析 (LCA) 與社會投資報酬率 (SROI)	全通路、C2M 與柔性供應鏈 智慧物流、供應鏈金融與動態定價
12:30~14:00	午餐			
14:00~15:30	個案討論：翻轉糧食危機—惜食平台 供應鏈存貨動態調控準則	個案討論：綠藤生機—對世界最好的台灣企業	個案討論：台灣水泥公司—1300 度的綠色蛻變旅程 ESG 與永續營運整合架構	個案討論：比亞迪—電動汽車王者之路
15:30~16:00	茶歇			
16:00~18:00	長鞭效應、庫存周期與景氣循環 供應鏈「穩、快、合」策略及方法	新消費 (90/00 後) 與粉絲經濟新趨勢—想像的共同體 服務管理新趨勢—XaaS 一切皆服務	ESG「外功」—利害相關者關係管理 外賓演講：陸嘉琪—勤美學營運長	疫後市場新賽道—人工智慧應用場景、跨境出海、生態系競爭

課程主題與時程表

模組一：流程與供應鏈管理

1 營運管理導論

- 動態競爭思維與營運策略
- 疫後供應鏈新角色
- Mini-Cases: AlphaGo, ChatGPT, Disney, Amazon, Capital One, 小米, 五菱宏光, 王心凌男孩

2 精實營運與工業 4.0

- 豐田精實營運系統
- 精實營運 4.0 與工業 4.0
- Mini-Cases: Toyota, 特斯拉上海超級工廠, NVIDIA 「元宇宙」工廠 (Omniverse)

3 流程與供應鏈管理個案討論

- 供應鏈存貨動態調控準則
- 閱讀材料：翻轉剩食解決糧食危機 - 惜食平台攜手店家
 - 自 2022 年俄烏開戰以來，全球糧食危機拉警報，食物浪費問題再次成為全球關注的議題。不少新創團隊，開發 APP，與超商、超市、麵包店、餐廳合作，讓會員可以預約排隊方式下訂單，店家盤點可能會賣不完的食物後，讓消費者可以以較低價格購買。各商家、賣場、餐廳競相成為惜食平台的合作伙伴，全球剩食問題似乎已找到了一個雙贏的解決模式。但食物浪費問題的根源何在？是否有更完善的解決方案？
 - 每組必須準備 3 頁的投影片，回答以下的問題：
 1. 試分析並評估剩食問題對超商在供應鏈管理上的成本和獲利之衝擊。
 2. 從供應鏈管理的角度出發，討論惜食平台如何解決超商面臨的剩食問題。
 3. 食物浪費問題的根源何在？試提出解決食物浪費問題的完整解決方案。

4 長鞭效應

- 長鞭效應、庫存周期與景氣循環
- 供應鏈「穩、快、合」策略及方法
- Mini-Cases: HP, P&G, Sport Obermeyer, Campbell Soup, Dell, Samsung

模組二：服務管理與創新

5 服務管理與設計思考

- 整合服務管理四大關鍵要素

- 設計思考在服務管理上的應用
- Mini-Cases: TD Bank, Tiffany & Co., 鼎泰豐, 海爾共創生態圈, 西南航空, 美國金融科技公司 Stash

6 服務創新與場景革命

- 顧客體驗創新與場景革命
- 數位時代八種新興獲利模式
- Mini-Cases: 抖音, Uber Eats, Cama Café, 螞蟻金服, 瑞幸咖啡, 台大鬆餅屋獲利模式

7 服務管理與創新個案討論

- 顧客體驗創新與社群經營
- 閱讀材料：綠藤生機—「對世界最好」的台灣企業
- 綠藤生機由三位臺大財金系畢業生鄭涵睿、廖怡雯與許偉哲一同創辦，他們放棄了在財經領域的高薪，一開始從芽菜的培育起步，秉持「讓更多永續選擇在生活中萌芽」的使命，創業後數年陸續推出了各類個人清潔保養產品和化妝品，主要推廣單純地補充肌膚需要的養份，盡可能回歸保養的最短路徑。歷經 13 年的耕耘，綠藤生機持續發展不懈，夥伴們秉持著共同的理念，以及跨部門的合作無間，打造出綠藤的核心團隊，在產品和品牌經營上展現了卓越且超凡的韌性，如今終於開花結果，成為亞洲唯一五度蟬聯「best for the world - best for the environment」環境面向大獎的 B 型企業，營業額更從 2015 年起連年以翻倍的速度成長，2020 年營收超過 3 億台幣，並被數個國際知名品牌列為主要競爭對手。然而，十年後的綠藤生機又將如何突破自我走向國際？下一個十年，對於綠藤生機來說，哪些事情是會改變，又有哪些事情是不會改變的？
- 每組必須準備 3 頁的投影片，回答以下的問題：
 1. 試分析綠藤生機的經營理念和產品相較於一般美妝保養品牌有何特殊之處？
 2. 試分析綠藤生機的服務與營運模式有何特殊之處？
 3. 綠藤生機的發展在未來三至五年將面臨什麼挑戰？應如何克服這些挑戰？

8 顧客體驗創新與粉絲經濟

- 新消費 (90/00 後) 與社群經營新趨勢 - 想像的共同體
- 服務管理新趨勢 - XaaS 一切皆服務
- Mini-Cases: 元氣森林, LV VIA Treasure Trunk, 4Gamers, 台積電是服務業, 吉利汽車, 美國保險科技公司 Hippo, Henry Ford Hospital

模組三：ESG 與永續營運**9 ESG「內功」- 組織轉型**

- 永續創新的積極與消極策略之抉擇
- 永續平衡計分卡與永續 OKRs
- Mini-Cases: Tesla, 豐田油電混合車, Microsoft, John's Crazy Socks, Cooseii

10 ESG 重大議題 (Materiality Issues) 評估與分析

- ESG 重大議題分析矩陣之應用
- 產品生命周期分析 (LCA) 與社會投資報酬率 (SROI)
- Mini-Cases: Google, SAP, Allbirds, UPS, SASB (Sustainability Accounting Standard Board) 重大議題設定, GRI (Global Reporting Initiative) 準則

11 ESG 與永續營運個案討論

- ESG 與永續營運整合架構
- 閱讀材料：台灣水泥公司的永續經營之路 - 1300 度的綠色蛻變旅程
 - 2023 年 11 月，台灣水泥再度榮獲 BSI 與 TCSA 等全球暨台灣企業永續獎，並蟬聯製造業十大永續典範企業。然而在全球追尋永續發展和 ESG (Environmental, Social and Governance) 的浪潮中，水泥業一直被視為高耗能、高污染、對自然環境有極大衝擊的產業。2017 年起擔任台灣水泥公司董事長的張安平一直在思索如何重新塑造這間已經有 75 歲的水泥公司，並為這間台灣水泥業龍頭和中國水泥產能前十強的公司找出投資新亮點。他認為儘管公司的責任是讓股東賺錢，但應該是合理報酬，除追求利潤外，更應負起社會責任。透過組織內部的持續改造及與利害關係人的關係管理，台泥開展了一個顛覆傳統產業思維的永續經營模式。但是在企業永續責任與企業營利之間如何平衡？台泥又將如何面對未來的機會和挑戰？
 - 每組必須準備 3 頁的投影片，回答以下的問題：
 1. 企業在追求永續目標的同時常常會影響其獲利能力，試評估台泥大力推動永續發展之利弊得失。
 2. 相較於一般傳統的製造廠商，台泥在實踐 ESG 目標的過程中有那些特殊的做法？
 3. 試討論台泥未來發展的過程中將面臨那些挑戰？該如何因應這些挑戰？

12 ESG「外功」- 利害相關者關係管理

- 利害關係人議合與 PDCA 架構
- 從 CSR/ESG 年報到客群經營
- Mini-Cases: 豐田氫能源車, 台積電, Unilever, Starbucks, 五菱宏光 Mini EV

模組四：服務與營運策略**13 AI 與數位化管理**

- 疫情前後十大科技趨勢的演變
- AI 與大數據在營運管理的應用
- Mini-Cases: Gartner Reports, OpenAI 實驗室, Starbucks 大數據選址, 京東物流, Oracle ERP and EPM Cloud

14 數位轉型與新興商業模式

- 全通路、C2M 與柔性供應鏈
- 供應鏈金融與動態定價
- Mini-Cases: BestBuy 動態定價, Amazon 動態定價, 阿里巴巴智慧零售, SHEIN, Temu

15 服務與營運策略個案討論

- 服務與營運策略架構
- 閱讀材料：比亞迪—電動汽車王者之路
 - 隨著電動汽車關鍵技術突破，全球電動汽車產業正高速發展，成為汽車產業賽道中不容小覷的新勢力。近年來中國在電動汽車產業形成了國家競爭優勢。在這輪競爭中誕生了一批以比亞迪為代表的優秀車企。2007 年比亞迪股份有限公司（BYD）董事長王傳福宣布，計畫透過銷售電動車（EV，electric vehicle）進一步擴大其在汽車市場的影響力，目標是讓比亞迪在 2015 年和 2025 年以前，分別成為中國最大以及世界最大的汽車製造商。比亞迪如何實現王傳福的願景，從第 15 名躍升成為市場第一龍頭？公司是否該重塑比亞迪品牌？如何在新能源汽車市場中維持其優勢？
 - 每組必須準備 3 頁的投影片，回答以下的問題：
 1. 比亞迪在強敵環伺的中國及全球電動汽車市場中有那一些優勢與劣勢？
 2. 比亞迪的電動汽車發展與營運策略有何特殊之處？
 3. 為實現成為世界最大的電動汽車製造商之目標，比亞迪將面臨那些挑戰？該如何因應這些挑戰？

16 疫後市場新賽道

- 從新零售到新物流與智慧零售
- 疫後數位市場新賽道 - 人工智慧應用場景、跨境出海、生態系競爭
- Mini-Cases: AI 視覺化, AI 風險管理, Spotify, Shopify, Shopee

數據分析和決策模型

課程大綱

課程資訊

上課日期：2025 年 12 月 25 日-12 月 28 日

授課老師：郁文教授

授課對象：2025 級復旦-台大班（14 班）

教學目的

數據分析與決策模型作為一門定量分析和定性研究結合的課程，其主要的教學目的是說明學生有效的從公司企業的日常運作所產生的大量資料中發現知識，並據此給予決策有效的支持。通過這門課的學習，學生將不僅掌握資料分析的基本方法，並且更重要的是引入定量思維的概念，讓決策的過程更科學，更有效。

學習要求

為了達到教學目的，希望學生可以事先安排時間預習課程有關資料，參與課堂內案例討論，與小組成員積極合作，共同完成課程專案。預習課程有關資料，熟悉課程案例情況，簡單瞭解軟體使用方法，可提高課內時間利用效率。參與課內案例討論，能廣泛分享全體學生的經驗感悟和直覺洞見，通過相互交流、團隊學習，拓寬戰略視野，提升學習效果。

課程資料

教材

《商務與經濟統計(原書第 14 版)》

David R. Anderson, Dennis J. Sweeney, Thomas A. Williams,

Jeffrey D. Camm, James J. Cochran, Michael J. Fry, Jeffrey W. Ohlmann · 機械工業出版社

隨堂發放的課程講義

電子版資料

電子版講義、作業、案例材料、資料、參考答案等通過郵件與班級微信群進行發佈

軟體

Excel 及其相應外掛程式

課程政策

成績計算

課堂參與 10%

小組案例 20%

課後作業 30%

結課考試 40%

相關解釋

課堂參與：主要取決於出勤率、課堂參與度與分享品質

小組案例：以小組形式隨堂討論，以小組為單位上交紙質版報告

課後作業：隨堂佈置，課後完成，並在指定時間上交（紙質版）

結課考試：課程完成後有 2 小時的考試（開卷）

課堂紀律

課程每持續 60 分鐘左右會有一次休息

課堂提問、回答或分享請舉手發言