

EiMBA Program

Syllabus of
Platform Strategy
「平臺策略」教學大綱

Acronym: PS



課程資訊

授課日期：2020.04.25、04.26、05.09、05.10

授課時間：09:00~17:00

授課地點：TBD

授課教授：

孔令傑	臺灣大學管理學院二館 413 室 ✉ lckung@ntu.edu.tw ☎ 02-3366-1176
-----	--------------------------------------------------------------------------------------------------

課程目標

資訊科技不僅可以輔助企業經營、提昇企業競爭力，更是創新商業模式的一大利器。過去十年來，「多邊平臺」此一商業模式蔚為風潮，在零售業有 eBay 與淘寶、在交通方面有 Uber 與滴滴打車、在旅遊住宿上有 Airbnb、在手機產業有 Android 和 iOS、在醫療照護有 PatientsLikeMe、在教育有 Coursera 與 edX，影響遍及各行各業，族繁不及備載。學習平臺策略的目的，是讓我們從管理者的角度，思考企業如何在資訊科技的時代中，透過建構平臺或加入平臺構築競爭優勢、提升企業經營績效，進而達成永續成長。

指定閱讀

- 授課教師提供之投影片
- PatientsLikeMe：<https://hbsp.harvard.edu/product/511093-PDF-ENG>
- Coursera：<https://hbsp.harvard.edu/product/714412-PDF-ENG>

參考書目

- 平台革命：席捲全球社交、購物、遊戲、媒體的商業模式創新。陳威如與余卓軒著；出版社：商周出版。
- 交友網站學到的 10 堂經濟學：史丹佛教授教你交通阻塞、申請學校、尋找另一半背後的市場法則。作者：保羅·歐耶爾；譯者：郭恬君；出版社：商周出版。



課程要求

- 本課程不寫程式、(幾乎)不算數學，故無須任何技術性的先備知識；如果有經濟學與會計學的基本知識，會有幫助。
- 修課學生須自行付費購買以閱讀指定之哈佛個案。

學習成績評量

期末考 30 分，團體報告 30 分，個案作業 20 分，平時成績 20 分

- 期末考：於指定時間在授課教室內進行，可參考任何紙本資料，但不可使用任何電子設備。
- 團體報告：學生需要加入一個小組，共同完成一個團體報告。一組以一個公司為研究標的，報告公司如何建構其平臺策略或利用數位經營取得競爭優勢。書面報告繳交截止日期為該組報告當日。報告內容需包含：(1) 公司簡介，(2) 所採用的平臺策略或數位經營模式為何，(3) 公司如何據此達到商業模式創新或流程改善？成果為何？(4) 評估其成功或失敗的關鍵因素。
- 個案作業：本學期將有兩份個案作業，請以組為單位繳交，相關資訊將由個別教師在授課時提供。
- 平時成績：由於本課程有多次課堂活動（包括哈佛個案與團體討論），因此上課出席是非常重要的，希望同學踴躍參與各項活動，相關事項將在課堂中宣布。課堂討論與回饋進行時，請積極發言。

最終學期等第由學員個別之總成績排序，按 EiMBA 辦公室規定之各等第分佈產生。



課程單元

日期	9:00-12:30	13:30-17:00
04.25	<u>平臺策略導論</u> 課程介紹 平臺商業模式	<u>資訊經濟學</u> 篩選理論與訊號理論 網路交友平臺上的資訊經濟學 個案討論：104 人力銀行
04.26	<u>商業模式選擇</u> 經銷與平臺 平臺策略成功條件	<u>平臺定價</u> 交叉補貼、平臺收益模式 個案討論：Coursera*
05.09	<u>平臺治理</u> 開放與封閉、關鍵時刻、參與度 個案討論：村里平安箱	<u>賽局理論與平臺競爭</u> 個案討論：PatientsLikeMe* 靜態賽局、動態賽局、奈許均衡 補貼策略、市場定位、平臺擴充性
05.10	<u>期末考與專題演講</u> 期末考 專題演講	<u>期末專案發表與課程總結</u> 期末專案發表 課程總結

* 學員須分組事前閱讀個案並繳交個案報告