

Syllabus of Platform Strategy, Spring 2022

「平臺策略」教學大綱 (110-2)

Acronym: PS

課程資訊

時間地點：2022/03/12、03/26、04/09、04/23，09:00–17:00，管理學院一館 405 教室

授課教授：孔令傑 (Ling-Chieh Kung)，管理學院二館 413 室，lckung@ntu.edu.tw

課程助教：葉又萱 (Nancy Yeh)，r09741027@ntu.edu.tw

課程網站：NTU COOL (<https://cool.ntu.edu.tw/>)

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，可攜帶一張於正反兩面做筆記、無浮貼的 A4 紙，但不可參考其他資料或使用電子設備。
- **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
03.12	平臺策略導論 課程介紹 平臺商業模式的基本概念	商業模式選擇 經銷模式與平臺模式 平臺策略成功條件
03.26	資訊經濟學 篩選理論與訊號理論 網路交友平臺上的資訊經濟學	平臺定價 交叉補貼、平臺收益模式 個案討論：Coursera*
04.09	平臺治理 平臺治理：允入政策、互動管理、遊戲化 個案討論：104 人力銀行 +	平臺競爭 平臺競爭：補貼策略、市場定位、擴充性 個案討論：PatientsLikeMe* 個案討論：村里平安箱 +
04.23	期末考 期末考	期末專案發表與課程總結 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

+ 學員現場閱讀短個案後現場討論，無須事前閱讀亦無需繳交報告