



# 政大商學院 院友通訊

## ■ 封面故事

### 世紀領航

封存在琉璃內的  
美好時光



## ■ 人物特寫

### 低調中潛藏的萬丈光芒

EMBA財管組傑出校友—張中伍

## ■ 教師專論

### 金融工程學與

新金融商品的創新

## ■ 商院視窗

### 政大EMBA秋賞迎新

專利戰略大商機

## ■ EMBA專區

管理如餐廳



# Wanted

刊載廣告、稿件、訊息

強力募集中！

由政大商學院所發行的《院友通訊》，是一本每季發行予各大媒體、前一千大企業，以及商院歷屆畢業校友的優良刊物。若您有任何專論投稿、公司訊息、廣告刊載等需求，歡迎來電與本院「學生聯合事務辦公室」聯繫。



網址：[http://studentaffairs.commerce.nccu.edu.tw:8880/  
ccoffice/index.htm](http://studentaffairs.commerce.nccu.edu.tw:8880/ccoffice/index.htm)

## 刊登廣告、投稿專區

商學院學生聯合事務辦公室

聯絡人：洪華穗小姐  
電話：02-29393091#65391  
E-mail：[huasui@nccu.edu.tw](mailto:huasui@nccu.edu.tw)

# CONTENTS

「我們有非常多傑出的院友，在社會上都有很好的表現，所以他們對於社會的脈動與需求，也都有非常深刻的體認。如果我們有一個管道，讓校友與老師們能相互交流這些知識，那麼商學院就可以居中成為非常好的互動主軸了。」

政大商學院院長 周行一



4

## 溫馨感恩情

感謝企管系校友 賴錦秀女士、企管系校友 蘇志勳先生、統計系校友 趙新民女士，對「商學院學術發展基金」的慷慨解囊及支持愛護。

來自校友們的熱烈回響與支持，讓我們深受鼓舞，本基金用以設置學生獎助學金、強化師資陣容，及其他有助於商學院學術發展之活動。提供予所有的學生，最優質無慮的學習成長空間。



6



10



16

4

## \*封面故事

封存在琉璃內的美好時光

## 世紀領航

6

## \*人物特寫

EMBA財管組傑出校友—張中伍

## 低調中潛藏的萬丈光芒

8

## \*教師專論

## 金融工程學與新金融商品的創新

10

## \*商院視窗

## 政大EMBA秋賞迎新

## 服務與品質

讓台灣戴姆勒克萊斯勒與衆不同

2005第一屆全國大專院校

## 表演藝術行銷競賽

技專校院產學合作國際論壇

## 專利戰略大商機

## TIM DAY晚會歡樂不斷

政大國貿系系友會最新動態

16

## \*EMBA專區

管理如餐廳

當管理遇見心靈

一把抓準顧客的口味

資源整合是中小企業成長之路

政大EMBA招生



JAN. 2006 NO.7

發行人：周行一

指導教授：江永裕

總編輯：洪華穗

協辦同仁：任怡心、林冠杏、林青峰

林慧如、柯世雯、陳翠娥

蕭毓貞、戴雯華、許淑玉

許秋燕、張益元、朱姣鳳

柯貞仔、王郁方

發行單位：政治大學商學院

發行地址：台北市文山區指南路2段64號

電 話：02-29393091

傳 真：02-29387524

網 址：[www.commerce.nccu.edu.tw](http://www.commerce.nccu.edu.tw)

執行編製：商周編輯顧問股份有限公司

電 話：02-25056789轉5509

印 刷：鴻柏印刷事業股份有限公司

中華郵政台北誌字第543號執照登記為  
雜誌交寄

# 世紀領航

## 封存在琉璃內的美好時光

文／彭蕙仙 攝影／宋和愷（子宇影像工作室）

一開始是傅蓉（EMBA91企管組）的點子，「EMBA競爭這麼激烈，我們應該讓政大與衆不同。」在她的熱心奔走、硬架著一干人等腦力激盪後，得到一個「激凸政大」的想法，透過一份特別的禮物表達91級對學校的感謝，也期望傳承政大EMBA精神。我這個人懶散慣了，沒有傅蓉不厭其煩的協調以及畢聯會主席游文人（EMBA91資管）全力支持與指導，琉璃傳承這件事不可能做到。關於花錢買紀念品這件事，從一開始就很單純—做一件讓大家會記得政大、讓政大會記得大家的事。

**大**部分EMBA的同學都是中年入學，過去幾年裡，在工作、家庭中趕完報告、課業，真是一件不容易的事，有不少人對這樣一段重拾書本的日子有特別的感動，時光如水流逝，是不是可以用一個具體的紀念品為我們封存如此美好的時光？不論畢業多少年，只要看到它，就能勾起曾經擁有的美好回憶。

### 鑄一個傳家之寶

因為這樣的想法，計畫將紀念品分成兩種尺寸，大座的只做一個，由91級畢業生送給商學院永久留念，希望它能成為



一個傳承的象徵物，日後每年EMBA畢業典禮時都能亮相，讓這個紀念品能夠成為政大商學院的「傳家之寶」；另一個是小尺寸紀念品，畢業班同學自由訂購、做為紀念，傅蓉想得很周到，日後學弟、學妹們也喜歡這個設計，可以訂製不同的顏色，「一屆一色，每屆不同，收集愈多，增值效果愈強」，我們幾個人（姑且稱為琉璃小組）開玩笑說，藉著這個紀念品，EMBA不同級別卻有機會垂直交流。

選擇琉璃的理由很簡單，琉璃漂亮、有質感、是傳統工藝與科技鑄造的結合。我們幾個人都是武俠小說迷，從開始發想琉璃設計主題和銘題時，想的都是武俠世界裡那些「亦

狂亦俠亦溫文」的典型，希望能傳達政大EMBA「文武雙全」的理念，一手拿筆，一手拿劍；筆代表制度理念的傳承，劍當然就意味著疆界領域的開拓，一個是思想，一個是行動，底座的幾何造型則象徵地球。EMBA同學大都在業界有成，全球化布局的企圖心是事業與企業更上一層樓的動力，而政大商學院這些年更進行諸多步入國際的計畫，我們相信這個紀念座能夠表達出校方與EMBA同學在這方面的努力與實踐行動。

## 隱涵於琉璃的文意

在琉璃設計理念成形前，琉璃希望我們能夠先將設計文字定出，好讓王俠軍先生在設計作品時，把具體的形象與抽象理念做更完整的結合。於是，我們就撰寫了四種銘題，分別是：

### (一) 十六字箴言

以文經武 以武行文 用學相長 知行合一

主要表達EMBA同學們學習的動機、態度、方式與內容。來自業界的同學們雄才大略者有之、豪氣干雲者有之，但「做然後知不足、學然後知方向」，如何讓實務操作與系統化的知識相輔相成化為競爭利器，是許多EMBA人的願望，這十六個字或許能夠具體而微地呈現這樣的努力過程。

### (二) 政大EMBA精神

國計民生事事歷經 立德立言豈能營營  
政經趨勢一手掌管 治學嚴謹創新有理  
大開大闔師生共學 學富五車錦繡前程

將七言律詩的第一個字連起來就是一國立政治大學；末一個字連起來則成了一經營管理學程，也就是EMBA在商學院的代稱。學富五車說的是老師，錦繡前程說的當然就是我們啦！內涵想表達的，是EMBA同學寬闊的心志與老師的期許。

這段話或許也可以做為一個善意提醒，提醒每位畢業同學我們都是社會的棟樑之材，應該懷抱更多的責任與理想，所思所想，也不僅僅只是個人與



彭蕙仙 小檔案

EMBA 91科管組畢  
《中國時報》主筆兼主任記者  
《中時晚報》副總主筆兼分核稿  
「時報出版公司」總編輯  
《時報周刊》採訪組副主任  
《中國時報》、《民生報》財經記者

個人所在的企業，EMBA同學得之於社會、得之於學校、得之於老師者太多，以社會為念、以蒼生為念，不只是一句虛無的口號；特別是這些年，台灣在許多方面都有失掉信心與行動力的徵兆，社會菁英的EMBA同學對此，心裡該有一分特別的負擔。

### (三) EMBA同學情

夫英雄者，胸懷大志、腹有良策、有包藏宇宙之機、吞吐天地之志者也。英雄成就霸業，首重策略計謀攻城略地，繼之以典章制度、組織管理、教化傳承，以利基業長存並開創局；再集天下英雄共席而學、惺惺相惜、砥礪激盪，誠人間一大盛事也。

在政大EMBA就學期間的感受—教學精闢、同學精采，來自四面八方的同學都像一本本內容豐富的書，透過共同學習，「在交會時互放光亮」，我們希望把在學校學習的過程比擬為華山論劍、畢業典禮則是一場英雄會。「共席而學」靈感則來自91科管簡大濶同學的一篇文章。

### (四) 畢業典禮對聯

上聯：管理知識傳知識

下聯：胸懷天下打天下

橫批：政大EMBA英雄會

這座後來被命名為「世紀領航」的琉璃紀念座，應該可以說是國內EMBA的創舉，希望這個美麗的琉璃作品能永久保留於政大商學院院長室裡，做為一個紀念，紀念我們美好的相遇；更做為一個提醒，提醒我們曾經是如何熱情的一群人。而這樣的故事還要繼續下去……。



## 低調中潛藏的 萬丈光芒 EMBA財管組傑出校友—張中伍

「知其然而不知其所以然，是管理行銷的最大障礙。」張中伍，1976年自台大化工系畢業後，旋即進入家族企業—龍門食品公司工作，在此期間累積了無數的實戰經驗。即便如此，與那些接受過正統管理訓練的人在商場中交手後，還是感到本身仍欠缺整體邏輯性的財務管理思考，學習之心油然而生。而擁有悠久歷史及良好商管教學背景的政大EMBA財管組，自然成為他最佳的進修選擇。

採訪編整／洪華穗 攝影／宋和愷（子宇影像工作室）

「當時我的兩個孩子還在高中就學，他們總是邊讀書、邊上網和同學聊天(他們說在研究功課)，我心想，這樣怎能專心唸書？」張中伍深知多說無益，他以最直接的方式—以身作則給孩子們看。大學唸化工系的他，思忖著當下最想學習的知識：既喜歡數學計算，又需要財務管理與行銷知識，於是在EMBA課程中選了財管組就讀。

## 學習是成長的原動力

離開校園許久的張中伍，是班上最年長的學生，重返校園上課時，商學院的教學方法與大學時的工學院完全不同，心中十分惶恐，幸好同學彼此扶持、討論功課，才讓他逐漸適應財管課程。91年下學期時，張中伍由學程委員會推薦獲得「EMBA學生獎助學金」的榮譽，這份肯定對他是極大的鼓勵。張中伍笑著說，「其實我重視的，是這段回歸到學生身份，並與同學建立深刻革命情感的回憶。」

因為他以身作則求學問的好榜樣，孩子順利考上美國賓州大學華頓商學院財管系，同樣修習財管的父子倆也常相互研究財管問題，例如「什麼是arbitrage pricing theory？」或「何謂securitization of accounts receivable？」這種親子間相互切磋討論的時刻，讓張中伍感到格外溫馨。

## 管理與研發是成長基石

家族企業的龍門食品公司在台灣設有兩座加工廠，主要經營項目為蔬菜加工及外銷。自1991年起，在台幣升值與農產原料成本上升等改變下，張中伍順應政府開放民間對大陸投資的政策，邀集日本及德國股東至福建設立工廠，生產重心西進大陸。要在激烈競爭中立足，張中伍認為，唯有從「加強管理」及「創新研發」來增強競爭力，「除加強對原料及品質管理，添置先進設備外，還利用光譜儀檢測農藥殘留、光學機器剔除夾雜物。最重要的是建立良好的管理制度，才能讓公司茁壯。」

因為客戶需求，得在幾小時內將成品各項檢測及代驗結果完成是常有的事，重複確認與效率掌握更是事前重要的準備工作。研發團隊進一步運用在脫水食品上累積的技術，開發附加價值高的方便性

食品，成功打入日本市場，完美運用藍海策略，在方便食品業中擺脫同業競爭。

## 校友服務的期許

在政大EMBA就學的三年間，張中伍與學校及同學建立濃厚情感，這份情感不會隨著畢業而完結。他說，「政大設有校友專屬網站，做為彼此聯絡情感的平台，讓我們隨時update校友現況，也對校友開放學術資源，像圖書館、校友進修課程等。我們這群91財管組畢業的同學，更是每個月定期舉辦聚餐或登山。」他建議，若學校能定期召集舉行校友會，對於維繫同學情誼將更有助益，也能增加畢業校友對學校的向心力。

如何讓學校成為學生和職場溝通的橋樑，張中伍建議，「世界不斷在進步，但唯有做人處事的態度是不會改變的。」他認為，年輕人不論唸哪個科系，最好都能修幾門財經的基本課程，如經濟學、財務管理等，當進入職場或商場時，這些都是必須要具備的基本知識。問起他對於現在年輕人有什麼



■ 張中伍先生 小檔案  
龍門食品公司  
龍基企業公司總經理  
91年EMBA財管組  
台大化工系畢

看法？他笑著說，「年輕人有創意、敢表現，像我們老一輩的人，應該試著調整自己的心態，試著以年輕人的心態學習接受新世代的文化。」

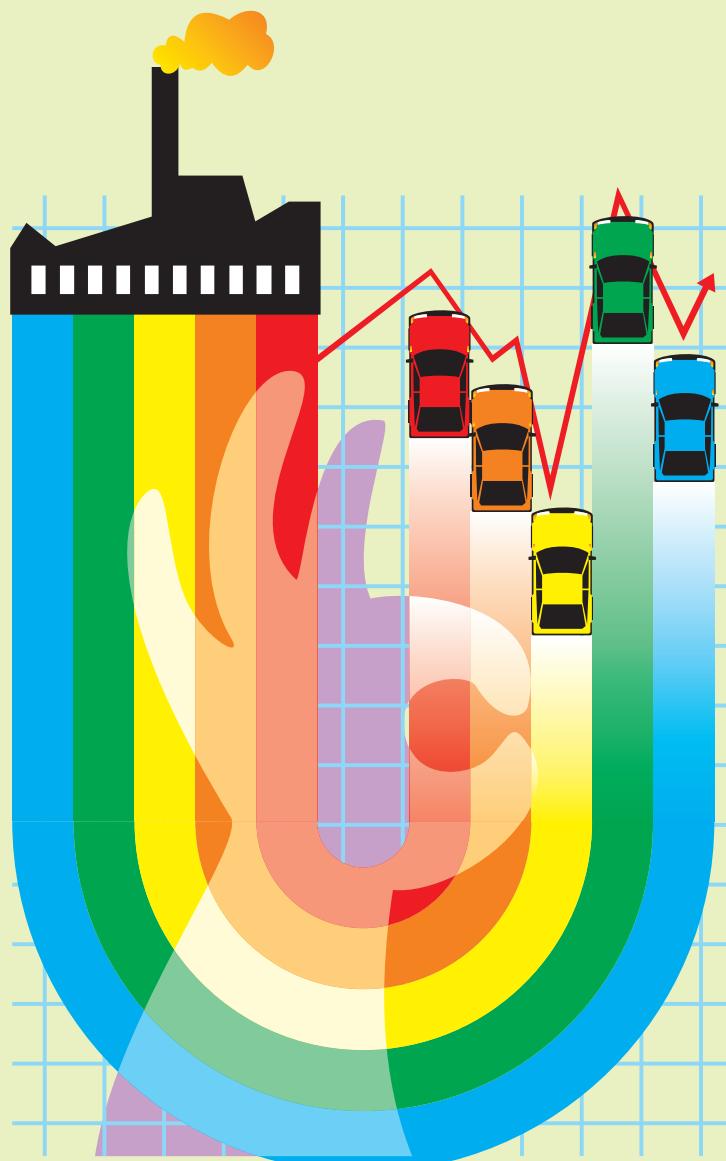
「畢業的那一瞬間，我發現在政大學習到許多受用的知識，這就是政大對校友最好的服務。」張中伍覺得政大商學院是一處良好的學習寶地，其中的專業知識是挖掘不完的。他期望所有的政大商學院人承續歷年來的優良傳統，以最嚴謹的求學態度、最宏觀的商學視野，讓校友永遠感到與有榮焉。

## 財金達人不可不知的專業領域 金融工程學與新金融商品的創新

自2002年以來，結構型金融商品已陸續出現於國內金融市場。銀行、證券商及保險公司積極推出各式各樣的金融商品，其中包含保本型、高收益型、股權連結型、利率連結型、匯率連結型及黃金指數連結型等多樣類型的金融商品。



■ 陳松男 教授（金融系）  
財務工程研究中心主任  
PhD, 喬治亞大學



投資人對結構型金融商品展現出熱烈的歡迎，因此金融商品的銷售異常熱烈，盛況空前。在法規持續鬆綁下，結構型商品的市場仍會持續擴充。對發行商而言，結構型金融商品帶來極大的利潤商機，同時，投資人也可從多樣的金融商品中選擇能夠滿足他們所要求的金融商品，以做為投資用途及資產配置的金融工具，還可以提高投資人的投資報酬率及降低投資組合的風險。

銀行也可以降低超額的存款，增加費用收入的來源，諸如申購費或每年信託保管費用，並可提高資產報酬率及降低資本適足率。

### 了解新金融商品全貌

結構型商品的各種特徵，諸如設計及創新、評價（合理價格）、潛在風險、發行商成本分析與避險策略，以及投資人潛在獲利的可能性等重要特徵，總是甚少為人所知。

金融工程學（或稱財務工程）及其應用，提供投資人、證券和銀行從業人員、發行商（證券公司、銀行及壽險公司等）以及在校學生，一個能夠了解新金融商品

全貌的途徑。

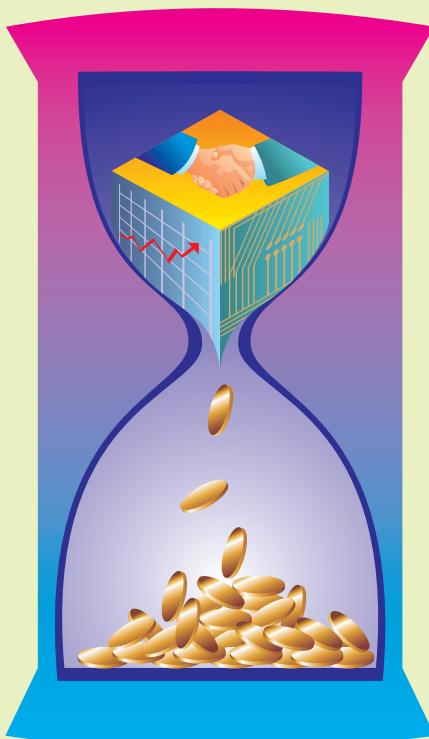
投資人可從金融工程學及其應用了解各類型金融商品的設計特徵、潛在風險及潛在獲利的可能性，從而選取適合本身所要求的風險及報酬之金融商品。證券商、銀行及相關金融機構的從業人員更應該藉之了解各類金融商品的設計特徵、潛在風險及獲利潛力。

發行商的新金融商品設計職員及財務工程專業人士藉之更能理解各類型新商品設計及創新的分析、新商品的評價（成本評估）與利潤分析以及新商品的避險策略。在校學生更應修習金融工程學及結構型金融商品之個案分析及評價，包括各類金融商品的評價與利潤分析及發行新商品的避險策略。

新金融商品的種類繁多，不低於數百種。以其連結的標的物大致可分為股權連結型、利率連結型、匯率連結型、貴重金屬連結型、原物料（石油）連結型及信用連結型等結構型商品（即新金融商品）。其中，因為法規尚未鬆綁（或開放），信用連結型商品在台灣比較少見到，其應用卻涉及所有的金融機構、投資法人及一般投資人。

## 揭露「信用連結型商品」的神祕面紗

信用連結商品是信用衍生性商品的一種類型。它是由債券及信用衍生性商品組合而成。因為它是債券，投資人（或持有者）定期從連結商品發行者收取固定（或浮動）利息。但若在到期日前，標的



債券的發行公司發生信用事故（無法按期支付利息、公司重組、倒閉或信用等級下降），則投資人不但失去未來所有的利息，本金也無法全部回收。

投資人購買信用連結商品主要是獲取比市場同等商品更高的報酬率（或更高的利息），特別是在低利息時期，因此願意承擔信用風險。而發行商藉由發行信用連結商品可降低本身的信用風險；比如說，投資銀行及商業銀行擁有龐大的貸款部位或投資銀行及券商持有大量的公司債券等。

為降低信用風險，可以利用發行信用連結商品將信用風險分散轉嫁於市場，降低自身的信用風險。因為投資人願意承擔信用風險（正如承擔市場風險），以獲取更高的報酬率，而發行者可以降低信用風險，因此信用連結商品應運而生，目前在全世界的交易量已達到不可忽略的地位，而且交易量持續擴大。此外，信用連結商品已成為控管信用風險的一種重要新方法。

金融工程學已成為財務金融專業人士及在校學生應學習的專業領域。具備金融工程學的專業知識一定可以提升自己在財金領域的競爭力。商學院已有「財務工程學程」提供本校大學及研究生研讀金融工程學的課程指導，有興趣的學生可上金融系或商學院的網站索取相關資訊。

教授火辣熱舞 HoooooT到底

## 政大EMBA秋賞迎新

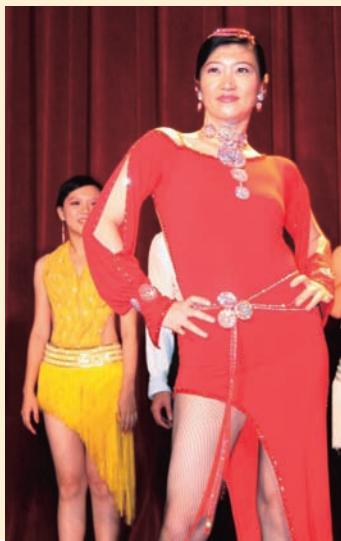
文／林冠杏

**繼**舞台劇「人間條件」後，政大EMBA再次推出高難度期末考—「領帶與高跟鞋」歌舞劇！演、唱、跳，還自己寫劇本。全新商學院經營團隊由院長周行一領軍，火辣登場，接近露點的拉丁激情演出，讓現場觀眾看得臉紅心跳。周行一院長大嘆師長難為，「這次可真是豁出去了！」向外界宣告，政大商學院挑戰國際卓越的決心。

政大EMBA舉辦「94秋賞—迎新・迎心」活動，今年演出的劇碼是歌舞劇「領帶與高跟鞋」，故事描述一群上班族的一天，他們可以振作、可以鬱卒、可以幸福、可以鉤心鬥角、也可以幸福歡笑，由選修「創意與戲劇」的EMBA學生創作演出，從高階經理人的角度來演，心中可說五味雜陳。

師長們舞台上的成果，由專業國標舞老師教授且花了近一個多月練習，並分別在公餘之暇，找國標社同學練舞，看似簡單的舞步卻令人汗流浹背。而曾在國外修習舞蹈、唯一的女性系主任—資管系主任苑守慈的完美演出令人驚艷不已。

### 從「創意與戲劇」學習領導策略



政大商學院院長周行一表示，事實上，從讀劇本、透過劇場工具等方式學習領導與策略、建立有效團隊，在美國，如哈佛大學、史丹佛大學等商學院，已行之有年。而在台灣，政大商學院EMBA首開先例，讓讀劇體驗、



劇場表演，融入經營管理工具之中。

台灣IBM經理鄭欽中表示，這門課程看似好像一門肢體伸展的課程，目的好像僅限於放鬆緊張壓力，事實上，從這門課中，他感受到如何因應不同客戶的特色，於簡報時進行自我調整。而此次負責各組腳本的組長，幾乎都感受到這門課的辛苦，但卻從中體會創意的樂趣。負責第五幕EMBA的同學，在創作過程中，將他們的感觸轉化成舞台劇碼一如有雷同，絕非虛構。同時，他們在劇中，也娓娓道出進入政大EMBA學習並不輕鬆，但所獲得的收穫，絕非三言兩語能說完。

最後落幕時，他們說出內心真誠的結語，「沒想到，在EMBA上課比上高中體育課還累；更沒想到，來政大EMBA除了學習知識，更可以學習如何活化身心靈。」

# 服務與品質 讓台灣戴姆勒克萊斯勒與衆不同

文／陳銳嬪

**M**ercedes-Benz家喻戶曉，但很少人知道，台灣戴姆勒克萊斯勒公司是該品牌的獨家代理商。台灣戴姆勒克萊斯勒代理的品牌種類繁多，有小車、跑車到豪華轎車，也有多用途貨車、大卡車和長途客運。Mercedes-Benz台灣區主席兼執行長Mr. Wolfram B. Geisler在政大商學院MBA課程講座會上，分享他管理台灣戴姆勒克萊斯勒的經驗。

## 直升機視野

Mr. Wolfram B. Geisler認為，「未來的第一天從明天開始。」人們永遠可以用各種類型的責任感走向明天。他常告訴同事，遇到困擾時要嘗試以「直升機視野」看事情。當你無法在當下解決問題，不妨坐上直升機，飛到天上看不同的世界，你將會看到之前沒見過的景色。「這並不是一種複雜的方法，它是應對日常生活的策略，雖然需要創意來實踐，但是卻會讓你的生活加值。」

卓越的服務必須搭配經驗，才能區隔企業與競爭者，他鼓勵員工每天都要充滿創意。他認為，公司的責任在創造一個創意的工作環境，進而激發員工，讓他們樂於瞭解客戶，給予客戶最好的服務。他強調，「未來不會發生在昨日，只會等在明天。」應該改變可以改變的事，接受不能改變的事。

## 戴姆勒克萊斯勒四個策略基石

國際企業的戴姆勒克萊斯勒的企業策略建立於四個基石：全球布局、強勢品牌、寬廣產品線、領

先科技。該公司員工數為三十八萬四千七百二十三人，2004年的年收入達到一千四百廿一億歐元（一千九百廿三億美元），其中2002年，台灣戴姆勒克萊斯勒取代中華賓士，獲得Mercedes-Benz經銷代理權。他表示，近幾年台灣汽車市場穩健成長，但進口車市場卻在縮減，差別在於進口車與本地車的價格差距；而台灣加入世界貿易組織（WTO）後，汽車關稅下降卻沒有為進口車帶來好處，這是因為台灣汽車製造品質大幅進步，使得汽車市場競爭激烈。



### ■ 台灣戴姆勒克萊斯勒公司

資本	NT\$1,715,000,000
成立時間	2002年1月1日
員工數	219人（2005年10月止）
交易額	台幣一百卅億元（2004年12月）
排名	服務行業中排行第七十
關係企業	台灣戴姆勒克萊斯勒服務有限公司 台灣克萊斯勒汽車銷售股份有限公司

Mr. Geisler預測，未來的亞洲汽車市場在中國，想闖出頭就必須直接面對競爭者的挑戰，台灣戴姆勒克萊斯勒的競爭者包括，擁有相近市場占有率的Lexus、Mazda與BMW，「祕訣只有一個—提供卓越服務，讓別人成為你的客戶。」不止在功能與品質上競爭，更要在客戶服務上互別苗頭，不管何時何地，永遠在客戶需要幫忙時伸出援手。

## 2005第一屆全國大專院校表演藝術行銷競賽

# 拚藝術 飄創意 獎十萬

**第**一屆全國大專院校表演藝術行銷競賽由教育部顧問室指導，國立政治大學企業管理系承辦，以及由財團法人國家文化藝術基金會、「精華再現」專案甄選出的表演藝術團體：新古典舞團、光環舞集舞蹈團、表演工作坊、創作社劇團、莎士比亞的妹妹們劇團協辦。總決賽成果如下：



### 第一名：獎金十萬元

**【創作社劇團】**——第64組，由政大企研所陳思穎、賴建元、邱承漢及台大日研所王文萱、陳奕先同學組成。為了行銷創作社劇團以男性為主的「驚異派對」，參賽隊伍提出八種「驚異推廣活動」促銷劇碼，不但向在地的藝文場所尋求策略聯盟，以裝置藝術方法企圖營造出「驚異派對」氛圍，更大量發行周邊商品，如：立體書籤、杯墊等，打響創作社知名度。

### 第二名：獎金八萬元

**【莎士比亞的妹妹們劇團】**——第65組，由北藝大藝管所及台大城鄉所同學組成。莎士比亞的妹妹們劇團計劃在今年10月份於全台四地演出「當我們

巡迴去討論愛情」設計。依據演出內容，小劇場生態以及莎妹劇團建立台灣小劇場創意平台的企圖，參賽團隊提出以「扮裝」、「角落」與「裝角」三項合而為一的核心課題，透過裝角（椿腳概念），設計出四地資源可相互支援的行銷活動系統，讓小劇場行銷不再只是單打獨鬥，而成為能累積能量的利器。

### 第三名：獎金六萬元

**【表演工作坊】**——第33組，由政大廣告系同學組成。表演工作坊的「暗戀桃花源」明年添加「明華園」這個全新元素後，再度搬上舞台，因此行銷目標希望把觀眾再度拉進劇場，加深觀眾對表坊的品牌忠誠度，提高觀眾行動力。

### 佳作獎：兩隊，各得獎金二萬元

**【新古典舞團】**——第23組，由政大企管系、師大社教系及師大人類發展與家庭系同學所組成。新古典舞團的行銷策略希望達到知名度、穩定客群及創新三項目標，希望建立專屬部落格、與國內知名企業合作公益活動、走入校園與各學校教學作結合、發展會員制度等實際活動來行銷舞團。

**【光環舞集舞蹈團】**——第79組，由政大廣告系同學所組成。光環舞集以「遊玩」為主題，訴求消費者——「嬰兒油」這個媒材的好玩之處，並透過表演地區的校園深耕，親近學生族群。以網路行銷互動方式炒熱話題，以體驗行銷，讓大眾更了解光環舞集舞蹈團。

	組別	企劃書標題	姓名	學校暨系所名稱	名次
創作社	064	表演藝術行銷企劃之再現精華	陳思穎 邱承漢 王文萱 陳奕先 賴建沅	政大企研所 政大企研所 台大日研所 台大資工所 政大企研所	決賽第一名
莎妹	065	裝角	周佩璇 吳柏勳 熊婉容	北藝大藝管所 國立台灣大學建築與城鄉研究所 北藝大藝管所	決賽第二名
表坊	033	尋找經典	簡暉庭 許芳瑜 程心慧 李仲淳 吳芳宸	政大廣告 政大廣告 政大廣告 政大廣告 政大廣告	決賽第三名
新古典	023		高一嘉 林湘蘋 張嘉芳	政大企管系 政大企管系 政大企管系	決賽佳作
光環	079	嬰兒油上的奧林匹克行銷推廣企劃案	李彥樞 廖曉明 龐力耕	政治大學 廣告學系 政治大學 廣告學系 政治大學 廣告學系	決賽佳作

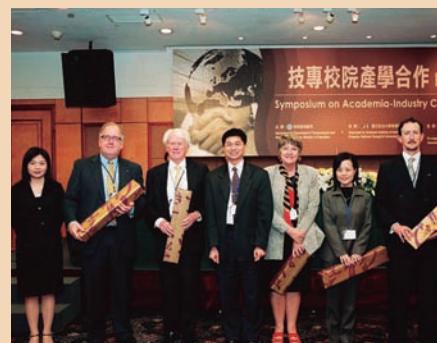
## 技專校院產學合作國際論壇

# 國際交流奠定成功基礎

由教育部主辦、政大智慧財產研究所承辦的技專校院產學合作國際論壇於10月4日、5日在台北亞太會館盛大舉辦，這場大型國際論壇吸引全台約兩百位技專校院校長、研發長以及各級學校主管熱烈參與，希望藉由此次國際論壇分享國內外產學合作的重要經驗與意見交流。

近年來，台灣技專校院為求發展，多數學校與企業界有相當的合作關係，教育部更積極推動技專校院產學合作，為求更長遠、健全發展，由教育部主辦，政治大學智慧財產研究所執行、籌辦以英文進行之國際論壇，現場邀請國內外產、官、學、研

各界學者專家約150~200人，共同討論我國技專校院產學合作相關問題。會中針對產學合作的政策模式及合作間可能產生的利益衝突、成敗關鍵因素等分享經驗，更討論產學合作中可能發生的智慧財產權利義務歸屬問題。



## 國際行銷與專利訴訟論壇

# 專利戰略大商機

**政**大智慧財產研究所與工業技術研究院聯合主辦的「專利戰略大商機—國際行銷與專利訴訟論壇」於10月3日盛大舉辦，本次會議除了討論知識經濟產業中專利所發揮的工具價值外，最受矚目的就是台灣專利排行榜發表，這是台灣首度針對企業專利權質量調查所做出的專利排行榜調查報告。



本次論壇希望藉由各界意見交流及經驗分享，提升台灣企業對於專利技術的重視，並應用專利授權提升國

際競爭力。會中更進一步分享國外專利訴訟經驗，讓各界對國際專利訴訟有更清楚的認識與瞭解。其中重頭戲的台灣專利排行榜公布，是從美國專利暨商標局2004年專利資料庫中取出台灣企業專利數量最高的前一百名企業，再從這一百家企業依十五個產業及一個法人機構進行產業別排行。科技產業中的專利王為：台積電、鴻海、友達，但值得注意的是，其他產業更出現原本沒沒無名的台灣專利產業，像是做涼椅的欣業企業、做門鎖的台灣福興、做嬰兒車的明門實業等。其中，明門實業鄭欽明董事長也是本校EMBA學長，他靠著專利的成功在景氣不佳的經濟市場中拓展版圖、逆勢成長，讓本次會議在一片讚嘆聲中落幕。

## 航向國際 航向藍海

# TIM DAY晚會歡樂不斷

文／陳若瑋、陳雅蘭

**1** 2月18日晚間，在台北矽谷大樓豪鼎飯店舉辦的TIM & IIP Day（政大科管所和智財所英文縮寫），聚集超過300位政治大學科技管理和智慧財產研究所校友、EMBA與在學學生，政大科管所所長溫肇東、智財所所長劉江彬更帶頭大玩情聖遊戲，臉上被親滿唇印。

政大科管所今年邁入第十一屆、智財所邁入第四屆，溫肇東表示，科管所今年又入選全台灣EMBA首選第一名，目前有超過400位校友和學生，昨晚更聚集超過300位，出席率和團結度高。自2001年3月，科管所開始TIM Day活動傳統，仿若國外知名大學返校日（Home Coming），讓師生、校

友齊聚一堂，回憶過去、展望未來，讓所長報告所上近況及將來規劃，也讓校友們分享近況。

今年TIM Day首次和聖誕晚會一起舉辦，由科管所EMBA94級與MBA研究生主辦，技嘉總經理特助丁彥允擔任總召，微軟法務總監施立成、尖端生物科技董事長特助許文靜擔任前半場主持人，政大商學院院長周行一也應邀參加晚會，他說，自己身兼院長與眷屬兩種身分，因為院長夫人也是今年政大科管所EMBA94級新生；學術基金會執行長吳靜吉、前台灣飛利浦總裁羅益強、前美國壬色列理工大學(RPI)校長博格夫婦(Daniel Berg)等人皆應邀出席。晚會以婚禮形式開場，手持鈴鐺、肩背禮物袋

的老師們扮演聖誕老公公進場，為晚會帶來高潮。

今年特別為TIM & IIP Day設計一個別緻Logo，以TIM為船與浪、IIP為桿及帆，象徵科管所與智財所同心協力，共同航向國際、迎向未來。晚會中，師長及所有校友們以具有新logo的「崇智杯」相互乾杯，創建TIM & IIP Day的新傳統。最後，合唱



高舉「崇智杯」歡聚的師長及貴賓們。

「月亮代表我的心」，為晚會劃下溫馨句點。

## 政大國貿系系友會最新動態

# 代代傳頌的美好故事

文／國貿系系友會秘書長 許延助

國94年6月5日，政大國貿系系友會於母校商學院一樓國際會議廳召開第八屆第一次會員代表大會，同時改選理監事，由第七屆理事長許忠明、監事召集人雷惠民及秘書長黃文郁主持。會中決定監事名額應隨理事名額（58位，每班一位），增加至11位（原來只有5位），選出後隨即推選常務理事15位及常務監事3位，並共推第八屆系友趙岐峰及第五屆系友黃國紋分別擔任系友會第八屆理事長及監事召集人。隨後趙理事長再提名第八屆系友許延助擔任秘書長，經理事會通過任命，並指示由其負責招募秘書處工作人員，提出新的工作計畫來為全體系友服務。

由秘書處設置四個工作組來推動執行會務，其分組工作項目及職掌如下：

活動組：規劃、執行活動、聯誼、教育中心等事項。

諮詢組：規劃、執行諮詢、資訊、商情網站等事項。

財務組：規劃、執行會計、出納、財務管理等事項。

會務組：規劃、執行庶務、紀錄、系友會刊等事項。

國貿系系友會約聘名單：

副秘書長蔡孟佳(26屆)、輔導活動組)、楊克誠(16屆，輔導諮詢組)、孟昭志(11屆，輔導財務組)、戴宏怡(19屆，輔導會務組)

活動組組長王佩珊 (40屆甲)、王裕群 (42屆乙)

諮詢組組長嚴皎芸(37屆甲)

財務組組長黃郁玲(26屆)

會務組組長林昱豪(38屆甲)



另外，趙理事長為了早日順利把會務帶上軌道運作，從常務理事中任命黃文郁(6屆)、林學海(10屆)、林克仁(15屆)及李惠玲(21屆)等四位擔任輔佐的副理事長，並邀請雷惠民老師(1屆)出任榮譽理事長指導。並與母系於12月16日共同籌劃「第一次系友與在校師生聯歡晚會」，獲得邱志聖主任兼所長全力支持，出席貴賓有鄭瑞城校長、商學院周行一院長及校友會鄭安國總幹事蒞臨致詞，並頒發「傑出系友獎」、「經營卓越獎」及「國貿之光獎」等獎座表揚本系優秀系友，得獎名單共14位：

- 一、林英峰(1屆)、梁成金(1屆)、盧正昕(6屆)、蔡哲雄(8屆)
- 二、李宏騫(5屆)、陳高吉(5屆)、許忠明(6屆)、鄭克志(10屆)、邱璨璣(12屆)、許錦源(14屆)、楊錫彬(15屆)、楊克誠(16屆)
- 三、何雍慶(12屆)、黃健庭(21屆)

系友會籌劃明年度「政大國貿系50年—系友會紀念專輯」，但需要招募熱心系友加入編輯製作行列，也需要系友贊助印製經費，為系友會留下值得傳頌的美好故事。來稿請寄：政大國貿系辦公室 李香瑩助教收，來電：(02) 2939-8033。

從經營餐廳看IT公司管理哲學

# 管理如餐廳

文／94EMBA經貿組 雷德孚（訊舟科技總經理特別助理）



**世**界上有千百種管理方式，其實，都和經營餐廳沒有兩樣。

去餐廳點菜時，若是上菜時間有所拖延，或者點了八分熟的牛排卻上來全熟豬排，向侍者抗議卻聽到其解釋為，「廚師弄錯了，所以才混淆」，相信你不是破口大罵，就是拂袖而去。而IT公司出貨不順的理由也有千百種，甚至高階管理者也以自身為高科技人會發生這種不預期情況是必然的，令人有種啼笑皆非的感慨。然而悲哀的是，IT產業上、下游流程常錯綜複雜又毫無效率，形成錯誤百出的狀況。

## 管理，構築複雜與高度專業

如果管理的工作像是料理，那麼要做出一道色香味俱全的菜餚，只要照著食譜步驟就夠了嗎？其實不然，去除技術因素，紀律與判斷才是背後重要的推手。假若凡事都被解讀為彈性，殊不知彈性與缺乏規劃是兩回事，沒有紀律如同沒有基石，一切的建築物就如同空中樓閣。

如果沒有管理，工作便不會有績效。一個沒有中心思想的高階經理人，會反覆他所謂的策略，以及不停的修正目標，藉口是環境一直變化，而導致不得不改變。其實企業界唯一的不變，就是不停且

嚴厲的變化。複雜的情況是正常而非意外，所以才需要管理的工具去輔助。如同身處在波濤洶湧之中，需要羅盤定位，而不是任憑自己的意念去改變方向，認為可以駛向彼岸。高度的專業與工具是相輔相成的，而掌握出的進度就是績效，所以船長的專業再加上各式航海工具，才可保證船的正確行進與安全。

## 「常識」的力量

英代爾公司當FPU浮數點問題發生時，原以為可以迅速解決，直到IBM全面拒買時，才刺激了葛洛夫去思考其公司「直接賣廠商而非用戶」的經營盲點。以今天的眼光來看，可能會想英代爾人才濟濟，怎麼會發生此種情況呢？前陣子，許多上市公司發生財務危機，也著實跌破專家眼鏡。其實，在許多深層的管理之前，「常識」是一個基本的危機處理原則。

如果英代爾公司處理事情的第一刻是，思考大多數的人對數字的運算是沒有興趣的，他們只介意產品是不是壞了？使用上是不是有瑕疵？對消費者而言，所謂的「損壞」，可不是從工程師口中的標準，而是由消費者的直接判斷，即便那種判斷有可能不是專業的訴求，然而廠商能做的，就是必須虛心的去面對。這就好比餐廳的客人多數都說菜太鹹時，你會不會告訴客人說，「廚師是大飯店大廚且有多年的經驗，這是本餐廳特有的特色」呢？

日前，日本小泉首相在選舉中大獲全勝，然而他的資源原本是不足以撼動地方派系，小泉運用的做法，例如選擇耳目一新的女性候選人以贏得年輕選票，這在男權高張的日本以及地方派系的強大勢力下，想都沒想到小泉首相會獲得如此壓倒性的勝利。簡單的說，我們在當下的那個時空點，不應該用過於複雜的業界知識去主導事情的處置，而是要因時制宜地運用常識解決眼前複雜的問題。

企業的競爭環境瞬息萬變，即便有固定的制度或是策略去引導組織運作，但這些都不是在非常時刻僵化的藉口，這個道理很簡單，卻是許多高階經理人想不透的觀念。

## 永遠需未雨綢繆

一個毛囊可以生長出好幾根頭髮，但是因為壓力、體質等原因，卻讓你在不知不覺中，變成只剩一根頭髮的窘況。如同企業於平時並未發現少了什麼，所以沒有任何想改善的做法。直到面臨危機時，才發現危機竟一發不可收拾。《管理是什麼》作者瓊安·瑪格麗塔說過，「客戶會發現你所忽略與未發現的事」。當我們身處於搖搖欲墜的高崖上，卻仍然拒絕改變，這都可能成為失敗的致命因素。

如果王安電腦不是拒絕與微軟合作、如果IBM不曾小看PC的演進、如果Kmart更早知道與Wal-Mart供應鏈的差距……，種種如果都令人扼腕於一時的不察。當平時的警覺心不足，威脅來時渾然不

察，機會來時裹足不前，即使如可口可樂企業般的成功，也不得不承認百事集團的多角化經營造成其部分市場失守。如果連業界巨頭都曾發生前述失敗風險，那麼又有什麼事情是不會發生的呢？

在網路與電子郵件產生之前，許多公司的作業流程都忽視了這個未知的變化，而使得企業成長倒退多年。「生於憂患死於安樂」是老掉牙的古訓，然而卻是知易行難。尤其當公司處於混亂前，如果所有的徵兆都能一一發現，並且耐心處理，公司還是會走出一條康莊大道；反之，只有瓦解一途。

企業環境千變萬化，競爭之激烈令人寢食難安，其實沒有人不想找尋一個放諸四海皆準的策略，然而事實上，這是不存在的。每一種策略因人事時地物都會產生質變，並且須要靠經理人的智慧與經驗去調整與因應。

當管理水準比不上一家餐廳時，只能說自己的管理該修正了，因為沒有基礎的管理，就不會有策略可言。



給金錢一個全新的意義

# 當管理遇見心靈

文／92EMBA非營利組 林益慶（金點文化管理顧問有限公司總經理、全民感恩心生活運動總召集人）

**世**界上維持最多財富的人佔全球人口比率20%，他們擁有強大意志和能力，讓世界財富重新分配，甚至控制移動。2002年，一次去紐約EBI「證悟商業機構」參訪的學習經驗，為我啟發了全球化管理的新觀念，它用心靈的角度去探索個人命運與企業營運的生命法則。

## 當和尚遇到鑽石

2002年，我獲得國家文化藝術基金會的一份獎學金，我懷著懷疑心態—「認為美國還不是財大氣粗的國家？」至美國參訪，經過半年觀摩，我瞭解美國的經濟實力其來有自，早期傳統的誠信基礎讓許多制度的設計皆符合道德規範，因此誕生如此實力堅強的國家。

當時，身上帶著一本影響我投入創業動機的書—《當和尚遇到鑽石》(2001年出版至今仍是暢銷書，雖歸類於企管類，但仍受到許多讀書會與心靈成長團體青睞)。在紐約時，非常期待能親至書中真實世界，瞭解如何兼顧心靈與事業成就。本書結合了古老與當代的西藏佛教傳統智慧，把獲致事業成功、人生圓滿的策略呈現在讀者面前。作者麥可·羅區格西 (Geshe Michael Roach，相當於佛學博士)，是當今傳授西藏佛教的偉大導師之一，也是安鼎國際鑽石公司的創始人之一。他在印度待了22年之後，回美經商，從經商中試驗佛法，麥可·羅區格西任職副總裁期間所做的大部分決定和政策，都是應用本書提供的商業策略，也是本書所述的佛教原則所完成。

這本書讓我非常震撼，為了滿足內在的求知慾，我登門拜訪麥可·羅區格西所設立的「證悟商業機構」(The Enlightened Business Institute)。我將旅程所剩的2個月時間全

心投入其一對一學習，重新建構對於身心靈與事業的全新認識。

## 給金錢一個全新的意義

美國許多成功事業家開始從古老智慧中去尋找更符合人性的管理方法，這似乎成為一種趨勢，包括瑜伽或是東方風水觀念，因此開展事業智慧。《當和尚遇到鑽石》裡談到許多不同觀念，也給了「金錢」一個全新的意義。

要做生意就要成功，就得賺錢。賺錢和修行這兩件事情絕不衝突，事實上，它也可能變成修行的一部分。賺到錢後，我們也應該能夠享用金錢，換句話說，我們應該學會如何能一邊賺錢，一邊還能保持身心健康。創造財富的過程不應讓人身心俱疲，如此便失去經商原有的目的。當在最後回顧事業時，你可以放心地告訴自己，這些年來的經營是有意義的。

事業好比人生都會有盡頭，在我們事業裡最重要的時刻，也就是回顧最後成就時，應當能從中看到一些永恆意義，為世界留下好榜樣。

## 種植蘋果的管理哲學

當你想要有一顆蘋果，蘋果是你要的結果，這絕非從天而降。重點是，你的動機「我想要一個蘋果」，而員工是否清楚，你要的結果是「蘋果」。

- 一、要蘋果就要種下蘋果的種子，不可能種下蘋果，長出芒果。
  - 二、一顆小小的蘋果種子具有長出一百顆蘋果的潛力。
  - 三、種植需要時間，不要種兩天就期待第三天長出蘋果。
  - 四、時間季節影響蘋果長成。
- 一顆種子決定最終的結果，但它需要耐心照料





才有收成。管理的過程中，首先確認要做的事情，是要讓蘋果自然成長，當然，有了種子還需要陽光、空氣、水等條件，萬事俱備後才能擁有蘋果，蘋果就是我們期待的成功事業。心中的諸多願望都希望被達成，如被尊重、擁有足夠發揮的資源、和諧的合作關係以及源源不斷的靈感。一名成功而有威儀的總裁，絕不是因為讓員工感到畏懼而成功。自然法則如此簡單明瞭，它來自古老的佛教哲學，現代許多實業家如此奉行也因此成功。

## 良性的能量是管理與行銷的基石

回到現實，你想要成為一個成功的總裁、一名富有的人，賺錢是你要的結果，你有強烈的動機想賺到錢。那什麼是你要種下的種子？什麼是幫助它長大的條件？重點在於，你提供的服務是被廣大群眾接受，期待被接受就得以正面的力量從事服務，

包括：給予的行為具有啟發智慧與知識的功效、讓人免於恐懼的心（包括自己）、常常保持愛，也願意給予別人所需、習慣付出（包括物質與精神）。你得開始思考，這個社會需要什麼？如何貢獻個人力量？《從優秀到卓越》(Good to Great) 一書提到，一些基業長青的公司都是從企業的核心價值思考企業獲利策略，並致力於維護員工健康與健全身心。當你關心員工，思考社會需要什麼，再將整個能量投入「服務」，這個良性能量讓你擁有源源不斷的創造力，而創造力更是管理與行銷的基石。

成長過程中，認為金錢與心靈是兩個不相容的主題，儘管旅行世界、也參與許多身心靈課程，都未將心靈與財富聯想在一起，甚至認為修行就應該要學會「放棄金錢」。過去認知的管理，是透過制度和一連串有效的控制協助企業達到目標，但人類尚待開發的心靈世界將是不可抵擋的趨勢。

好樂迪KTV服務業之IT應用

# 一把抓準顧客的口味

文／EMBA 94資訊管理組 程曰昌  
(好樂迪集團資訊長、好樂迪集團副總經理)

**服**務業的流程是有連續性與延續性的。服務業行銷策略除了傳統4個P，產品(Product)、價格(Price)、通路(Place)、推廣(Promotion)外；另外應再加3個P：人員(People)、實體環境 (Physical evidence)、流程 (Process)。服務是一個System (系統)，包括服務操作系統—指現場工作人員與實體環境、設備；服務傳送系統涉及到在何時、何地及如何傳送服務。營業場所除了環境乾淨明亮、設備齊全及優質服務人員外，在流程中與顧客的每一個接觸點皆攸關顧客是否再次光臨消費。

## 如何運用IT技術協助服務業

KTV 顧客從進入門市消費直到離開，之中流程有，大廳等待、領檯、開立包廂、點餐、服務、結帳、客訴等作業，把握每次與顧客之接觸與互動，並輔以IT技術強化服務，使顧客願意再次光臨。

以目前好樂迪KTV為例，在好樂迪的門市POS系統中，每一包廂之帳單與發票聯結，節省顧客買單時間，提升服務效率。門市帳結資料傳回總公司MIS電腦系統，做線上交易處理 (OLTP)，進而將資料整合到資料倉儲系統 (Data Warehousing)，做線上分析處理 (OLAP)。而正確的進、銷、存系統，更可提升帳結時效，特別是庫存管理作業系統，可掌握進貨、退貨、銷貨、領用、轉撥、調撥，並定期做盤盈損調整，以即時反映物料成本，調整營運策略。

## 網際網路的無限可能

拜網際網路發達之賜，一般商家可設立網站，招收網路會員，在網站上做各種行銷活動，如優惠券、桌布下載等，以吸引顧客到訪。像KTV業者網站也提供網路訂位服務，並讓訂位者留下要聚會



朋友之姓名與手機號碼，在歡唱聚會前會代發簡訊通知訂位者及與會者。會員可以在網路上編製專屬「我的歌本」，到包廂唱歌可使用個人專屬的「我的歌本」，以節省點歌時間。這些網路會員及朋友資料當然成為顧客資料庫其中一部分；而時常更新網站 (Web Site) 內容，舉辦競賽與抽獎活動 (event)，以吸納更多潛在顧客到訪並留下資料；而電話語音訂位也是不可或缺的重要部分。

顧客經由互動式語音回應系統 (Interactive Voice Response : IVR) 訂下包廂，留下手機號碼，系統會給予訂位代號。KTV業者提出「一張嘴服務」，顧客經由網路訂位或語音訂位，抑或在門市訂位，後續會有客服人員詢問用餐事宜及其他需預先準備事項。當顧客蒞臨門市時，所有應準備事項已就緒，顧客只管拿麥克風盡情歡唱。

## 更精確追蹤顧客消費行為

但網路會員或是語音訂位資料及傳統的磁卡，都沒有直接與消費者個人身份做連結，皆無法精確追蹤記錄個別顧客的身份及消費行為，這時發行記名式RFID會員卡便是很重要的關鍵點。除了卡友折扣外，並可做儲值、紅利積點活動、



記錄交易資料、儲存持卡人身份資料，可以清楚知道卡片的使用狀況，此種作法利於業者做顧客資料與帳單聯結。透過後端資料庫倉儲系統（Data Warehousing）報表分析，可精確了解顧客消費時段、點餐內容、與會朋友、平均帳單金額、消費頻率等。

RFID會員卡也能同時應用在員工的識別、門禁及出勤，除了加強員工對公司的認同外，也鼓勵員工到公司營業據點消費，並可從員工消費經驗回饋中，預測市場對產品及服務的接受度。為擴大卡片發行量，更可以做商圈異業結盟，只要開放一部分卡片記憶體空間即可，使合作雙方在行銷廣告上具

有彈性，相得益彰、互蒙其利。

善用行動手機服務也是很重要的。手機有即時與雙向溝通的特性，因而造就手機做一對一行銷的特色。手機號碼如同身份證字號一樣，代表個人身份（未來具可攜性NP，number portable），未來將是各行業與顧客互動的重要管道。KTV業者除了代發簡訊、通知朋友聚會時間、發送手機的coupon折價券與問卷外，會固定來提醒消費者，本週有什麼「好康的」，並告訴大家近期有重要促銷活動。

而為使顧客常來門市消費，有新鮮感且不覺得膩，好樂迪開發公仔個性商品，在門市展示販售。並加入更多歡樂元素，例如拍大頭貼，運用數位相

機、記憶卡及熱昇華列印機，讓顧客在歡唱之餘，可藉此拍照服務，留下美好回憶，以提高顧客忠誠度。

服務業是具有Service Marketing特性，不是Marketing Service，顧客進到門市接受服務後，才是行銷其他商品的開始。抓準顧客的口味，並且靈活運用IT工具於營運模式（business model）中，相信必然對於企業的經營帶來相當大的助益。而這點，在KTV服務業已看到卓然的成效。



對政大EMBA校友會與學生的期許

# 資源整合是中小企業成長之路

文／87EMBA 陳永昌

**資**源整合是中小企業成長之路，實務上，中小企業處有四個階段的進行—知悉、使用、創造與展開。第一階段是相互認識，把自己公司的專長、人脈等資源互相交流、相互認識。第二年開始有基本商機交流；第三年起，要能做到相互創造，開始真正的交流—商機交流、人脈交流；第四年相互展開產生新事業、新產品、新市場。

企業以營利為目的，非營利組織，如學校、社團、協會等有自己的宗旨—創造社會價值。企業經營首先要知道，我們到底會什麼？最強的是核心技術或核心能力？中小企業需發掘自己的核心能力，瞭解在供應價值鏈中的定位與價值，自然能在資源整合開發中，佔有一席之地。

## 雙贏思維

以策略聯盟做商機交流，要有雙贏思維，校友參加校友會，希望在此發掘每人最強的優勢，把這些「有用的第一」通通找出來，然後於其中發現很多屬於自己的線，將線整合後，就是EMBA校友會的價值建構圖。

現在很多企業做專案都談到雙贏和多贏，我就是要讓你贏，商機交流資源整合基本上在建構一個平台，由校友會這個平台讓每位校友企業在這裡向上發展，每個人都能夠取得適當的利益與商機。透過校友會的運作交流，有系統的整合，理事長帶領理監事群及秘書長做有系統的規劃，按季推動執行，整合資源，希望產生誘導作用，開花結果——基金會的成立指日可待。

創新的肇始從異想天開到有系統的整合，之後引導到與校友會企業經營有關。培養創新的經驗，但不要想在過程中馬上得到成果，唯有透過創新經驗所熟悉的經驗創新因此而得到的經驗再把所擁有的成功的經驗去做創新，這才叫創新經驗，然後再延伸出經驗的創新，發揮 $1+1$ 大於3的問題解決能力。

透過校友會提升個體在企業的價值、提升政大EMBA的價值，資源整合後即可透過基金會的成立構建一個平台。

## 企業及校友會的成功定位與價值

過去在為行政院人事行政局講授知識經濟課程時，有位來自嘉義市政府的官員分享他的經驗：嘉義文化活動中心因政府經營不佳，外包民間廠商經營，例如外包給大同關係企業的台北科學博物館，經營成效不錯；另外外包給廠商的第一屆宜蘭童玩節也賺錢。為什麼運用廠商的力量卻看到經營績效？背後一個重要觀念就是一奉獻大我，讓大家從中學習與成長以獲取應得商機。

參加EMBA校友會可愛之處是，大家懂得奉獻時間、奉獻專業能力，如此一來，即可自然取得商機，有此想法即可發揮1加1大於3的效果去解決問題，之後即可思考創新。校友會透過一群校友商機互動交流，再將所學拿回公司運用，建構成點線面的資源整合圖。

校友交流裡，我們是一個利益共同體，這種團隊利益與一般企業利益不太一樣，EMBA校友會提升校友企業的價值，提升每個人的品質。期望大家至此學習到共同的價值觀，第一是協同整合聯誼，以提高成功機率；第二是分散風險。在校友會中，我們需要學會奉獻精神，互信、互賴、合作，將風險降低、成本降低，相對的也提高成功機率。

所謂的平台，英文稱為Platform，而車站月台

### ■ 陳永昌 小檔案

締邁科技首席執行顧問、摩托羅拉顧問  
摩托羅拉總經理、營運部總監、總裁特別助理  
中小企業專業經理人協會副理事長  
中華政大企經管理協會副理事長  
政大EMBA校友會常務理事  
行政院人事行政局知識經濟講師  
標竿學院聘任講師

也叫做平台，不管我們到哪裡、要去哪裡，都是到月台搭上列車，校友會也是一個平台。商機整合資源，整合的工作就是在這個月台上進行交流，這個月台透過校友會建立，所有校友都在這個月台上，校友會的運作就是提供平台給大家，上面的旅客是

校友，我們找到那個商機就搭上那台列車；如果沒到月台，沒來校友會，沒有參與各項活動，沒有奉獻，沒有加入基金會，就只是站在車站外觀看，就什麼也得不到。

國際評比最優 三千大企業最愛EMBA

## 政大EMBA招生 邀請各界菁英加入國際卓越

**最**受企業經理人喜愛、國際評比最優、師資陣容最強的政大EMBA，在2006年全國EMBA評比調查中，再度蟬聯年度最受喜愛EMBA冠軍，且是三千大企業經理人就讀意願第一！12月18日於商學院舉行之95學年度EMBA招生說明會，現場人潮洶湧，不僅擠爆國際會議廳，連場外視訊轉播區也坐滿、站滿人，顯示政大EMBA名氣「紅不讓」！

商學院院長周行

一、EMBA執行長張士傑表示，專業深化、格局拉大、國際聯網，是台灣企業的挑戰，也是政大EMBA追求卓越創新的目標。「國際卓越」是政大EMBA今後努力的目標，期望志於挑戰國際的管理菁英加入政大EMBA的行列。

94級企管組學生、華航

總經理趙國帥表示，政大EMBA的課程，除了個人在專業知識上可更為增進外，也讓他在工作中，能學以致用，立即有所驗證及發揮；94級台商班學生、保誠人壽業務總經理廖學茂也說，「就讀政大EMBA，讓我感到非常光榮！」



為提升國際競爭力，且因應環境趨勢及多元化在職進修的需求，觸角敏銳的政大EMBA率先整合課程，按性質及上課內容方式分成三大班：

一、「高階經營班」：涵蓋全球經營與貿易、企業管理、資訊管理、科技管理及非營利事業管理組，設計整合性管理課程，著重高階決策者的需求，統合各領域分析工具及觀念，建構管理決策思維之平台。

二、「高階財金班」：包括金融、會計、財務管理、風險管理與保險組，因應銀行、證券、投資與保險合一的金控趨勢，開設專業整合性課程，協助財經主管發展跨業整合能力，培養全方位視野。

三、「全球台商班」：因應全球化經濟的無遠弗屆，配合高階主管跨國工作特性，課程安排除傳統面授教學外，另以遠距教學輔助，並安排與海外優秀學術人士、企業等進行交流，開闊國際宏觀視野。

政大EMBA九十五學年度預計招收二百名學生，至一月十二日止發售簡章及受理通訊報名。歡迎具十年以上工作經驗的高階經理人士踴躍報考。可上政大EMBA網站<http://emba.nccu.edu.tw/>，查詢更多詳細資訊，或電洽：02-29387560。



# 國際卓越 邀您入列

政大EMBA九十五學年度招生 95/1/12 報名截止

## 招生班組：

### 一、「高階經營班」

全球經營與貿易組、企業管理組、  
資訊管理組、科技管理組、  
非營利事業管理組

### 二、「高階財金班」

金融組、會計組、財務管理組、  
風險管理與保險組

### 三、「全球台商班」

考試項目及佔總成績比率：

書面審查 20%

筆試 30%

口試 50%

## 簡章發售：

即日起至 95/1/12，

全省萊爾富便利商店販售



「在政大進修的時間是我的Happy Hours！在學校可以暫時拋開一切利益糾葛，結交許多不同領域的菁英人士；可以用最單純而開放的學生心態，提出任何難解的習題，聆聽教授、同學的討論與建議，甚至藉此為工作的困境，尋求最精采的解決方案。」

88級，匯豐中華投信台灣區負責人 宋文琪

「學員來自各種經營規模的企業，甚至是世界知名的大公司，互相請教與討論，常能獲得許多寶貴的經驗。上課過程中，透過同學間不同觀點的闡述，學會從更多元的角度解析問題……，同學間不同觀點帶來的震撼，讓我在工作決策上，有了更寬廣的角度與視野。」

89級，巨匠電腦總經理 黃志聰

「進入政大EMBA學習不僅啟發思維範疇，也讓我感受到脫胎換骨的快感，對公司業務更是得心應手，舉凡管理能力或策略落實都有相當的進步，這一切都是因為做了一個正確的決定——進入政大EMBA開啟我第一次在職進修的歷程。」

91級，憶弘資訊（股）公司執行總裁兼總經理 黎怡蘭

