



臺灣大學進修推廣學院
NTU SPECS

NTU School of Professional Education and Continuing Studies

供應鏈與流通管理 (遠距教學)



郭瑞祥教授
臺大工商管理學系暨商研所

課程目的

供應鏈與流通管理係指有效整合供應商、製造商、物流中心與下游零售商，使供應鏈系統能以最低的成本，確保在最適當的地點、最適當的時間，並以最適當的生產和配送方式來滿足顧客對產品的需求，以提升企業本體及供應鏈中所有業者的市場競爭力。本課程以General Management觀點，探討供應鏈與流通管理，課程內容分為三大部份：供應鏈策略、供應鏈驅動因子、電子化商業與零售。

在供應鏈策略面，主題包括策略性架構、規劃供應鏈之供給和需求，價值鏈整合，快速回應。在供應鏈驅動因子面，主題包括週期存貨管理、安全存貨管理，總體規劃、長鞭效應與啤酒遊戲、資訊整合、配送、設施、運輸、採購。在商業電子化與零售面，主題包括電子化商業、第三方物流服務提供、供應鏈與零售，網路零售。

課程目的(續)

本課程上課方式以Harvard經典個案為主，搭配錄影片播放、文章導讀、上課演講，以期有效提昇同學學習興趣，修課學生不限產業背景或工作性質。為減輕同學負擔，所有個案均附中文翻譯。

■ 參考教材：

1. Harvard個案、HBR文章、與授課投影片影印本
2. 「供應鏈管理」，Chopra & Meindl著，3版，培生出版，2007

■ 授課方式：個案討論、文章選讀、講演

■ 評分標準：小組參與(18%)、小組個案作業(42%)、期中個案考(20%)、期末個案考(20%)

項次	主題	個案	作業
模組 1：供應鍊策略			
1	策略性架構		
2	規劃供應鍊之供給和需求		
3	價值鏈整合	#1: 利豐貿易有限公司	個案報告#1
4	快速回應	#2: Zara：快速流行時尚	個案報告#2
模組 2：供應鍊驅動因子			
5	週期存貨管理		
6	安全存貨管理		
7	總體規劃	#3: Obermeyer運動用品公司	個案報告#3

項次	主題	個案	作業
8	長鞭效應與啤酒遊戲		
9	期中個案考試		
10	資訊整合	#4: Barilla公司	個案報告#4
11	配送、設施、運輸、採購		
模組 3：電子化商業與零售			
12	電子化商業	#5: ITC電子市集的創舉	個案報告#5
13	第三方物流服務提供		
14	供應鏈與零售	#6: Wal-Mart百貨商店	個案報告#6
15	網路零售	#7: 亞馬遜	個案報告#7
16	期末個案考試		

■ 個案教學：

本課程將以個案研討與學員參與式學習為主要形式，刺激學員建立思考架構，期望能以學員的積極參與及熱烈討論，來取代講師授課或學員閱讀等傳統授課模式。課前的個案閱讀學員務必要完成，同時每組針對七次指定個案完成不超過A4兩頁的書面個案報告，於該次上課前交出。在課程大綱中，有每一次個案參考的問題。

■ 修課規定：

以六個人為小組單位進行分組討論與作業。於課堂前完成文章閱讀與指定個案作業。