

100校外研習營活動

~ We are family ~

當我們同在一起 其快樂無比





100經管 吳佳玲
新光銀行 稽核

回顧100級經管EMBA第一學期最重要的大型活動，當然就是十一月份在龍潭渴望會館精心舉辦的校外研習營活動莫屬了。

本次的活動承蒙班導廖老師森貴及99級經管學長姐們的無私分享與指導（滿滿的去年主辦的經驗傳承），再加上班級幹部們不餘遺力的合作與付出之外，最令人振奮的是班上全體學長姊都很熱情地投入，有錢的出錢、有力的出力、沒空的也想辦法出空，不遑多讓，還有兆堂及成芳學長邀請了二位嘉賓--三商行沈總經理國政及人力銀行李執行長紹唐--讓我們獲益匪淺的演講者；學長們主動提供「載卡多」滿載相關道具及設備、認真幫大家照相的樟泉學長、復權及昀濤學長載歌載舞地將晚會活動氣氛炒熱、映煌學長熱情贊助陳年好酒、意志戰勝酒力的祭寶學長還不負使命地完成高爾夫球球紋、還有那一晚一群犧牲肉體的偉大學長們熱力四射的高歌及高亢演出。（嗯！在此不方便透露真實姓名及細節。）

謝謝廖導及師長們以及99級經管的優秀學長姊們，讓我們能學習到這許多，又能留下這段美好又難

得的回憶！很喜歡文學大師村上春樹在「人造衛星情人」一書中所寫：「每個人各自擁有某個特定年代才能得到的特別的東西，彷彿像是些微的火焰。小心謹慎的幸運者會珍惜地保存，將它培養大，當做火把般照亮著活下去。不過一旦失去之後，那火焰卻永遠也回不來了...。」我深深地相信，人生中經歷的每一件事、物，對自己一定有其獨特的意義。就像現在有緣能在學校和其他學長姐上同一個EMBA班級，又何其有幸能受到頂尖師長們的優秀指導。





海外參訪 廣州之旅

EMBA專班在培養具國際觀之高階經營管理者。因此學校對課程及師資均經過精心設計及挑選。海外參訪研習課程即為臺北科技大學EMBA必修課程，透過海外研習建立校際間學術交流，並透過企業參訪了解優良企業運作模式，來擴大學生視野。學校在權衡目前國際經濟情勢及產業發展，以中國大陸為本次海外研習地點及企業參訪重點。學校方面透過EMBA陳凱瀛執行長安排前往廣州中山大學進行學術交流。並由中山大學管理學院EMBA辦公室主任陳珠明教授親自接待及授課。

過去幾年國際經濟深受美國次級房貸風暴影響，近一、兩年歐洲債券危機也愈演愈烈不斷擴大。陳教授是中山大學財務投資系教授，本身在大陸銀行界工作多年後才到中山大學任職，所以實務與學術能力兼具。因此本次學術交流即由陳教授針對美國次級房貸風暴及歐債危機的原由、演進及影響，以中國的觀點及因應做精闢的見解與意見交流，使學生從另

一角度看兩大危機的影響。

另安排前往陶氏化工及Nike代工廠-威保(Wellpower)運動器材有限公司進行企業參訪。這是兩大截然不同的國際型企業，產品也大不相同，卻有著讓人值得學習的特色及管理。陶氏化工由於是化學工廠除了獨特的生產製程外，最讓人印象深刻的是工安及人身安全的重視。人是企業的根本，從一進入陶氏化工即由公司派工安人員說明公司對工安及人安管制要求，並要求參訪學員確實遵守。於公司與EMBA學員討論互動中除了了解了該公司產品運用、管制外，該公司甚麼連工廠通風及溫度自然調節控制都有特別注意及設計，也讓我們了解到一家企業生存除了賺錢外，善盡社會責任的重要性。

Nike代工廠參訪更是讓人印象深刻。該代工廠-威保(Wellpower)運動器材有限公司係以生產運動手套、特殊護具及運動配件等，為一傳統工藝制程，在這很普通的製程內

該公司以豐田式生產管理模式(Lean production)為基礎結合Nike文化發展出具有Nike特色之Nike NOS Production system 應生產製程上。在看板管理則使用電子看板、Andon system 及生產資訊化管理等進行生產狀況資訊的即時傳遞及顯示，最為讓人印象深刻。也讓我們感受到傳統產業，也可以用科技化的管理模式。

讀萬卷書不如行千里路，說明了理論與實際經驗同樣重要。此次海外參訪有別於課堂上教學方式，藉由學術交流瞭解不同的議題觀點及企業參訪了解不同生產型態的生產管理模式。內行的看門道，外行的看熱鬧，經由企業參訪與公司管理高層的討論互動及生產現場的觀摩，讓我們習得不少寶貴的經驗。參訪期間教授與學生、學生與學生之間因此次的交流有更緊密的結合與瞭解。

參訪結束也遊覽當地名勝古蹟如廣州塔、嶺南印象園、國父孫中山故居、澳門等收穫豐碩。

企業簡介

美商陶氏化學 (The Dow Chemical Company) 陶氏是一家具有百年歷史的全球企業，目前是全球第二大、美國最大的化學公司。在2010年，財富雜誌(Fortune)評為全球五百大企業之第46名。陶氏提供多元化並領先業界的產品組合，包含特用精細化學品、先進材料、農用化工與塑料化學品等以技術為基礎的產品與解決方案。陶氏的客戶遍布全球160個國家和地區，所服務的多個市場，包括食品、運輸、保健和醫藥、個人及家居護理、建造、電子材料與工程等，均是對人類生活發展非常重要的環節。在2009年，全球銷售額達450億美元，並僱用約52,000人。陶氏目前在全球37個國家(214個基地)製造約5000多個的產品。

作為業界領先的化工企業，陶氏清楚地意識到可持續發展的重要性，深知科學技術的知識是人類社會持續發展的核心，因此陶氏化學多年來一直將可持續發展戰略融入企業文化。

陶氏化學公司東莞廠，位於廣東省東莞，主要生產產品為電子材料特用精細化學品，主要銷售區域為中國內地、台灣與東南亞各國。產品主要應用多為電子上下游行業，如半導體、晶片封裝、印刷電路板、面板與電子零件組裝等。

參訪心得

國外企業參訪是在台北科技大學 EMBA兩年求學進修生涯中重要的一個學習活動。參訪不僅僅是團體出國旅遊，藉由參觀不同領域的企業得以使個人能夠學習到新的管理風格或製造流程等等令人啟發的觀念與經驗。此外還能趁這難得的機會與同學們更進一步相處互相認識。

海外參訪-陶氏化學電子材料股份有限公司東莞廠

EMBA100 工管 林嘉弘

陶氏化學 亞洲區產品經理

這次參訪行程緊湊，出發當日早上八點多的飛機出發至香港，轉搭中午的船班至虎口，再接續巴士至東莞，正可謂陸海空交通一樣不缺。經過六七個小時的旅行，終於到達本次參訪的第一站，陶氏化學。其為敝人所任職的公司，敝人於三個月前就開始確認並安排整個公司參訪的行程，以期讓師長與學長姐們可以對敝公司有所了解。

在公司參訪的行程中，包含了陶氏公司的介紹，東莞分公司的介紹，生產車間的參觀以及Q&A的部分。在問答交流的過程中，師長與學長姐也提出了許多的提問，針對產品定位、研發流程界定、製造流程、產品生命週期與華南人力荒等等不同產銷人發財管理構面上的問題。對於各個問題，藉由師長與學長姐與敝公司同仁間的現場討論都獲得相當充分的解答。

其中以研發流程界定討論為例，學長問及產品開發的依據為何，如何掌控開發的流程。以公司內部流程而言，乃是以市場導向的產品開發。先針對目標市場不同區隔分類，以各區隔不同的需求為技術背景基礎；以市場規模、成長率與產品利潤做開發優先考量。對於既定的產品開

發計劃，先做研發風險評估、繼而做小規模內部評估，大規模內部測試，客戶端量產測試。藉由不同階段的評估測試將產品的能力與客戶的接受度都完整的瞭解後才推向市場銷售。此種方式雖然耗時費力，但是未來相對於公司與客戶都是低風險的。

我想針對這些問題討論的過程都是雙方互相間的激勵與再成長，也是對問題本質的更進一步瞭解。這個兩個多小時的陶氏化學參訪行程，其實也就像是整個國內參訪行程的縮影。不同產業的企業之間，其管理模式必然有不同之處。周易系辭有云“天下同歸而殊途”，如何在異業中找到可參考的點，如何應用在自己產業或公司之中，使得公司更好。都是我在當下所審思的問題，在這些問題思考的過程，心中也是有所獲的。



海外參訪-威保(Nike) 精實生產的實踐者

EMBA100工管 許家彰、陳琪琪

公司簡介

威保 (Wellpower)運動器材有限公司於 2004 年 2 月成立

投資資本額: US\$ 6.5 million

銷售收入: Around US\$ 55 million/年

員工: 2,500 (東莞寮步)

佔地面積: 12,000 square meters (東莞寮步)

主要產品: 足球護具,醫療護具,橄欖球護具/手套/滑雪,自行車,溜冰.....運動配件用品

年產能

護具 6,000,000 pairs

手套 6,000,000 pairs

運動配件 5,000,000 units

醫療護具 2,000,000 units

橄欖球護具 1,000,000 units

其它 3,000,000 units

行業特性 - 批量生產的傳統產業

孤島式管理方式

由上至下管理結構 · 勞力是成本

線末品檢

推動式生產

沒授權 · 單一技能工人

庫存是生意中習以為常的成本

若不進行改善 · 勢必在微利時代中遭遇淘汰 · 故於2009開始導入Nike基於豐田生產體系的精益系統 NOVUS ORDO SECLORUM (NOS) · 進行改革 · 開始新的秩序。

Nike基於豐田生產體系的精益系統

NOVUS ORDO SECLORUM

新的秩序已經開始



Nike 產品生產流程的改進

NOS運用精益生產概念,建立在發展了50年多年的TPS的基礎上

NOS 是一種系統性地消除浪費的生意理念

NOS致力於從批量生產到精益生產的心智改變

NOS目標

更高品質

更低成本

更短交期

更大彈性

相互信任和尊重

威保NOS 推行紀要：

2009年9月開始導入精益生產

2009年10月開始導入6S ·

2009年10月進行Layout整改,製程優化

2009年 10 月開始進行股長級以上人員 NOS 培訓

2010年 3月通過 Nike NOS 認證

2010年 5月第一波基層幹部培訓

2011年2月推行全廠 6S評比制度

2011年 9月第二波基層幹部培訓

2010-2011年已有8條針車線通過Nike NOS認證。

推行前問題點

1.獨立的熱切和針車流程管理,兩者是通過備料倉鏈接.

2.備料倉占據了更多的空間而且形成呆滯

3.熱切部件經由一廠三樓至備料倉到針車線 · 存在搬運的浪費。

4.沒有TT觀念作業導致大量WIP

5.熱切及裁斷部件在備料股庫存約一周左右 · 品質問題容易被掩蓋



推行後成效

NOS生產管理推行重點

6S

由上到下的教育訓練：全員了解改善之必要

由上到下的改善活動：全員參與改善活動

競賽活動、趣味5S：提高參與興趣，增強改革效果

生產布局優化

設計生產線的連續流：裁斷與針車聯結

彈性布局：彈性的工作站及供電系統，可依生產品項需要而調整

供應鏈持續改善

工作站間使用看板，進行拉式生產

半成品外包改為自製，管控品質並節省運送時間

超市設計更具彈性及人性化，節省空間及時間

站內品質控制

工藝標準作業表：由員工自編寫，達到落實果效

生產標準作業須知：置於工作站內，使員工有所依循

品質管理系統：目視看板、三不政策、自主品檢

實驗室品質檢驗：護具撞擊測試、拉力測試、老化測試、耐磨損測試、重金屬測試

Andon系統：即時且有效率的異常通報系統

Metric	Before	after	Percentage
POH (hours/month)	94.82%	104.96%	10.14%
FTT	97.45%	98.16%	0.50%
WIP (pcs)	21990	7440	46.10%
DT (hours)	2071	1281	38.14%
LT (day)	28.2	15.23	45.90%



E化管理系統

Andon & Electronic Board System：彙集各種生產、品管資料置資訊系統內，使不同廠區決策者能透過網路，獲得及時有用的資訊。

心得

威保運動器材有限公司為勞力密集、批式生產的傳統產業，在面臨微利時代來臨、募工不易的窘境，與NIKE一同進行了精益生產的改革，不但改善了生產效率、降低生產成本、增加產品良率，更重要是進行了心智模式的革新，使員工不再滿足於過去停滯不前、一個口令一個動作的工作模式，願意為更精實的生產而努力。

一個企業要改革成功並不是一件容易的事，特別是在勞力密集、知識水平較低的傳統產業，但威保實施精益生產的成功案例，讓我們再次體驗到：面對困難與挑戰千萬不能坐以待斃，在擬定好策略與執行細節後，全員參與、持續進行，不但能減少浪費、降低成本，提升企業員工素養，更能提升企業形象。

各種生產管理辦法都只是原理、原則與精神，沒有任何一個專家能告訴我們最佳的執行的細節。每個產業都有不同的困擾與問題，傳統產業與高科技產業所面臨的競爭與挑戰也不同，只有針對自己的工作流程去進行檢視，找出問題的所在點，應用管理原則去進行改善，才可能獲得想要的效果，不致在時代的巨輪中被淘汰。



我國智慧財產權邊境保護措施簡介



EMBA100工管 蔡玉梅

財政部關稅總局 查緝處 九職等編審
專業項目：進出口貨物通關、國際郵包通關、海關保稅業務、智慧財產權邊境措施及查緝。

近年來，知識經濟成為全球矚目之焦點，智慧財產權之保護亦成為世界經貿舞台最重要之議題，深受各國政府重視，我國亦不例外，除積極推動貿易自由化、國際化外，對於智慧財產權之保護更是不遺餘力，積極訂定或修正相關保護法規及執行規定，不斷強化執行機制，以期提升國家地位與形象。我國於民國91年加入世界貿易組織WTO(World Trade Organization)，入會時承諾將全面執行WTO「與貿易有關之智慧財產權協定」(TRIPs)規範，該規範特別強調，智慧財產權屬私權，而海關在配合保護智慧財產權執行邊境管制之立場，應本於公平公正之原則依法行政，避免介入權利人與進出口人權益紛爭，對正常國際貿易造成通關障礙。

我國海關職司進出口貨物之通關查核，平均每天處理5至6萬件之進出口報單、快遞包裹及國際郵包。為便捷貨物通關並兼顧查驗實效，對於貨物之通關查核，運用電腦程式，設定各項風險因子，依風險管理機制，按電腦篩選之方式辦理，報單如篩中應驗，則由電腦篩中之驗貨關員執行人工查驗。有關智慧財產權貨物之通關，亦運用相同風險管理機制執行查核，主要包括商標、著作及專利權益之保護措施。在現行機制下，緝獲侵害智慧財產權貨物中，侵害商標權者超過90%，係因商標是最容易由外觀判定真偽者，海關也就最容易查獲是類違法侵權案件。

目前海關對於商標及著作權

益執行之邊境保護措施有：

- 一、權利人提供資料向海關檢舉，特定進出口貨物侵害其商標或著作權者。
- 二、權利人發現其貨品遭仿冒，提供相關遭仿冒情形資料提示海關，非特定進出口貨物侵害其商標或著作權者。
- 三、其他機關向海關通報，進出口貨物有侵害商標或著作權之虞者。
- 四、海關主動發現，進出口貨物外觀顯有侵害商標或著作權之虞者。

海關對於專利權益之邊境保護為：專利權侵權案件經司法機關裁定假處分暫停進出口相關產品者，於專利權人(含專屬被授權人)提供涉案貨物之進出口時間及地點，裝運進出口運輸工具名稱、航次等具體資料或進出口報單號碼後，海關即配合辦理；但貨物業經海關放行者，不在此限。

近年來工商企業發展快速，商業交易型態活潑多元，鑑於商標流通具有國際性，而統合及協調各國商標申請程序之商標法新加坡條約(The Singapore Treaty on the Law of Trademarks, STLT)已於民國95年3月在新加坡舉行之外交會議通過，並於民國98年3月正式生效，為與國際規範相調和，民國100年商標法修正亦納入該條約相關規定，以使商標權保護更加周延。

我國智慧財產權邊境保護措施目前係依據商標法、著作權法、貿易法、關稅法、海關緝私條例、貨品輸出管理辦法、光碟管理條例及海關

配合執行專利商標及著作權益保護措施作業要點(以下稱作業要點)辦理，海關執行政程序主要規範於「作業要點」。配合本次商標法於去(100)年經立法院三讀通過，並於6月29日總統公布修正，行政院預計於今(101)年7月1日公告施行。對於智慧財產權邊境保護措施部分，修正後之商標法增訂權利人可以向海關申請提供侵權貨物的相關資訊及調借貨樣等，依商標法第78條第2項之規定，授權財政部訂定子法，規範其程序、應備文件及其他相關事項，以利管控，並全商標法有關海關作業程序之規範，俾提升法規位階及符合法制。財政部關稅總局刻擬擬「海關執行商標權益保護措施實施辦法」(名稱暫定)草案，俟報財政部訂定，並預計於今年7月1日與商標法同步施行。



圖為我國海關現使用之移動式貨櫃檢查儀-大型X光機卡車就貨物存放地點，進行大型貨櫃儀器查驗。



國片隨筆：那些年，我們一起追的女孩

Reviews of the film “You Are the



of My Eye”



100經管EMBA 林容億

台北工專電子工程畢業
英國萊斯特大學MBA畢業
台北科大EMBA100級經管所
金湯科技有限公司 總經理

A. Preface前言

筆者於西門町豪華影院觀賞本片，故事敘述高中同班之男女主角－柯景騰、沈佳宜，與其同學們的學校生活，男同學好歡樂打鬧，因受女主角之吸引，而彼此競爭同時追求沈，其後，沈引導並砥礪柯，用功努力、勤學向上，及至眾人同赴大學聯考，到畢業後進入社會服務，但沈、柯因理念不同而中斷聯繫，致多年後沈嫁他人，使當年參與追求之眾同學，大失所望、深感遺憾。於沈之婚宴上，眾人問親新娘時，又遭新郎“想要怎麼親新娘，就要先怎麼親我”之為難，致柯率先擁吻新郎，將其親倒於宴桌上，隨後眾同學齊上，壓新郎於桌上而互爭親吻之令觀眾暴笑，又令人感動與深思的結局。此片之市場賣座、故事情節等，就行銷、管理，與男女追求，引發敝人部分聯想，擬分享同儕以供參考，並盼博君一笑。

B. Brand Building and Marketing Strategy

九把刀品牌與本片市場策略

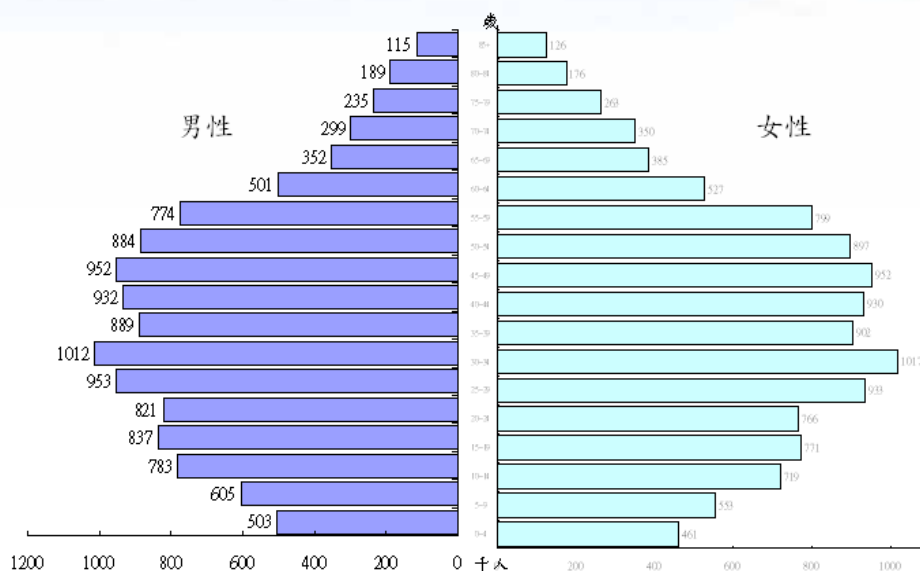
1. Previous Branding Achievements 既有品牌成就

「九把刀」為作者柯景騰，於高中補習時，開始使用之綽號，其就讀東海大學社會學研究所碩士班後，因提交小說作為部分之論文資料，而發現己身適於從事寫作，從此全力投入小說創作，每日蒐集與閱讀大量資料，並勤作記錄。柯先生創作量極大，曾連續14個月，每月出版一本新書。自2000年於網路上出版第一本書開始，包含有關社會人性、黑色喜劇、浪漫愛情、熱血豪邁、奇幻驚悚等內容主題之故事。多年來已創作近60本書，為成名之網路作家，且有不少作品被改編成電影、電視劇、舞台劇、網路電玩遊戲等。其代表作品有「獵命師傳奇系列」、「殺手系列」、「少林寺第八銅人系列」等，曾當選2000年海峽兩岸十大作家、2008及2010年金石堂年度暢銷小說男作家第一名、2009及2010年博客來華文作家小說類第一名，依此背景，可證其擁有既有品牌成就與基本讀者群。

2. Marketing Demographics 潛在市場年齡層人口統計

作者柯先生，生於1978年，其就學成長之時空環境，係屬戰後嬰兒潮('Baby boom'，1946-1964)之下一個世代，即通稱之X世代(Gen-X, born in 1965-1981)，故以現正就讀大學中，即年約20歲，至年約39歲之年齡層作為推估，以探討本片之潛在市場人口。依據「內政部戶政司全球資訊網」所統計：

99年人口年齡分布結構



20歲至39歲年齡層人口有：

男性(821 + 953 + 1,012 + 889) + 女性(766 + 933 + 1,017 + 902)

共計約7,293K，即730萬人為潛在觀眾或目標市場。

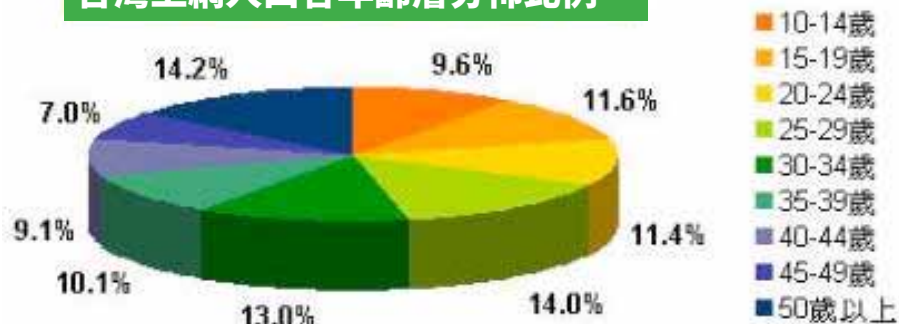
3. Internet Demographics 網路人口統計

本片作者既係2000年崛起成名之網路作家，當可能為cyber heavy-user所熟悉或至少曾經耳聞。依據「數位媒體行銷資源庫電子報」於2009年06月統計：

3.1. 上網人口年齡分佈比例

台灣上網人口年齡分佈比例，調查結果發現，30歲以下的受訪者將近有四成七，其中又以25-29歲(14.0%)的年齡層比例較多，而30歲以上的受訪者中，以50歲以上(14.2%)的受訪者比例較多。

台灣上網人口各年齡層分佈比例



Cyber user為20歲至39歲年齡層人口有：

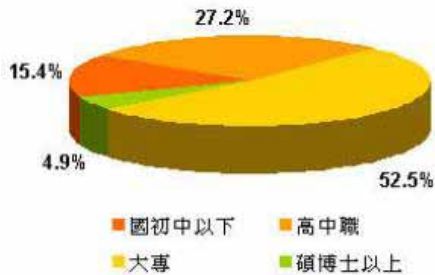
(11.6 + 14.0 + 13.0 + 10.1)% = 48.7% 即為730萬人 × 48.7% = 3,555,100人

· 約有356萬人可能熟悉或曾耳聞，而為較上列730萬更有可能到院觀賞之潛在觀眾。

3.2.上網人口教育程度分佈比例

調查上網人口中的受訪者教育程度分佈比例，以大專(52.5%)比例最多，其次則為高中職(27.2%)，第三則是國初中以下(15.4%)。

台灣上網人口教育程度分佈比例

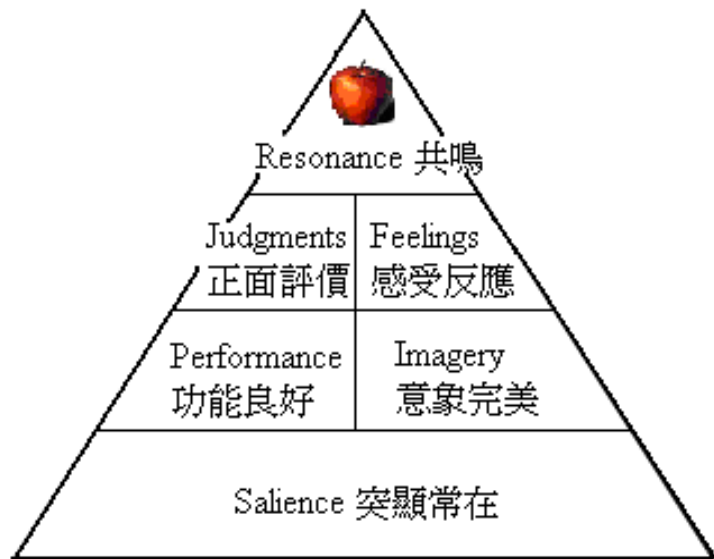


Source: 創市際『電話訪問調查研究』2009年1-6月 大專以上教育程度有(52.5+4.9)%，即約57.4% 為有合適觀賞背景之潛在觀眾。



4. Brand Resonance Model 品牌共鳴模型

This model views brand building as an ascending series of steps, from bottom to top and through six “brand building blocks”. The creation of significant brand equity requires reaching the top or pinnacle of the brand pyramid. (Kotler and Keller, 2009)



- (1) Brand salience 品牌突顯常在 - is how often and how easily customers think of the brand under various purchase or consumption situation. (顧客可隨時看到或想到此品牌)
- (2) Brand performance 品牌功能良好 - is how well the product or service meets customers' functional needs. (可滿足顧客功能上實質需求)
- (3) Brand imagery 品牌意象完美 - describes the extrinsic properties of the product or service, including the ways in which the brand attempts to meet customers' psychological or social needs. (產品或服務之外在特性，可滿足顧客心理上與社交上之需求)
- (4) Brand judgment 品牌正面評價 - focuses on customers' own personal opinions and evaluation. (顧客本身對產品或服務之看法與評價)
- (5) Brand feelings 品牌感受反應 - are customers' emotional responses and reactions with respect to the brand. (顧客對該品牌情緒回響與反應)
- (6) Brand resonance 品牌共鳴與忠誠 - refers to the nature of the relationship customers have with the brand and the extent to which they feel they are “in sync” with it. (顧客與該品牌間關係的本質與顧客自認與此品牌之同調認同程度)

故九把刀品牌含其作品，一者、年輕網友經常接觸、看到或想到，二者、作品內容深受網友滿意與歡迎，三者、九把刀有近年之品牌成就，且網友有良好接觸經驗，四者、潛在觀眾對九把刀與本片小說版故事，已曾接觸或聽過，有高度的評價。因此本片屬性，尤其上列(5)(6)，潛在觀眾有良好的情感反響及回應動作，極易引發原有讀者或網友購票進場觀賞本片。

5. Three Generic Strategies of Competitive Advantage

三種競爭優勢策略

In the book "Competitive Advantage" (Porter, 1985), the notion of price and differentiation positioning was advocated that there were essentially three generic strategies that an organization can choose between.

		Competitive Advantage	
		Low Cost	Differentiation
Competitive Scope	Industry-wide	1. Cost leadership Broad range of segments (price-based)	2. Differentiation Different segment of the market (uniqueness)
	Narrow Target	3a Cost focus	3b Differentiation focus
Segment		Only one segment or a limited range of segments.	

(1) Cost leadership; price-based價格領導策略 - the aim of an organization adopting this strategy is to be the lowest cost producer within an industry. (產業內最低價者)

(2) Differentiation strategy; uniqueness差異化策略 - this strategy requires a close understanding of the customer with a view of offering a product to the market which adds value for the customer. The differentiation involves a uniqueness recognized by the customers in some important dimension, it can be in the form of superior quality or creating a strong brand, etc. (業者對顧客所需具有深度了解以提供附加價值，業者可藉高級品質或建立強勢品牌，而使顧客所認同其獨特性)

(3) Focus strategy; Cost focus or Differentiation focus集中策略 - this involves concentrating an organization's resources on a small and well defined area of the market. (集中公司資源於一小而明確的市場)

本片採用集中化差異策略，以X世代、中產階級（作者父親為藥師、母親為助產士，家中經營藥局，哥哥為藥學博士、弟弟教育碩士）、大專程度以上、有使用網路習慣的人口為潛在市場，並以「青春的美好與瘋狂」、「找回青春的回憶」等作訴求，故在前述品牌奠基穩固下，雖拍片成本僅3千5百萬新台幣，但集中資源精心製作，且聚焦於劇情內容演出之與他片相比較的差異化、體驗化、生活化，而於2011年08月06日情人節限定場、08月12日至18日口碑場、上映一星期票房即達1億5千萬新台幣，至10月29日止，在台累計票房即已順利到達4.6億新台幣。



其後，於2011年11月12日在香港公映兩個月後，票房即超過港幣六千萬，衝破周星馳電影「功夫」於2004年所創下之記錄，而成為香港華語電影史上最賣座的電影。

今年03月24日於台灣有線電視衛視電影台首播，又創下平均收視率6.61，相當於300萬人口收看，而破衛視電影台最近八年來之記錄，故原著兼導演柯景騰(九把刀)先生、男主角柯震東先生，及女主角陳妍希小姐，可謂利潤、名氣、前途三收！

C. Critique of Sentimental Ending 評論感傷的結局

法國評論家、哲學家Ronald Barthes (1915-1980) 主張“ The death of the author” (作者之死) 的概念，即任何作品，在創作者完成並寫上句號後，其詮釋權隨即轉交讀者或觀眾。其意乃指讀者或觀眾應放棄對原作者意圖之追尋或倚賴，亦無須遵循作品背後(或外在)的創作意圖，而可由自身觀點作不同之詮釋。故筆者聲明，以下評論，純為自娛娛人之隨筆，並無對原著者不尊重之意。另因本片之電影版內容，乃改編並濃縮自小說版，為力求貼近事實，本評論將以電影版為主，而以參考小說版之內容為輔。

若以票價NTD280- (100.11.09.西門町武昌街豪華數位影城) 粗估觀賞人次：
 $NTD460,000,000 \div NTD280 = 1,642,857$ ，約等於164萬觀賞人次。

衡之前述 -
B.之2.; 20歲至39歲年齡層人口有共計約730萬人的潛在觀眾或目標市場，
 $1,642,857 \div 7,300,000 =$ 有22.50% 市場占有率。

B.之3.1; Cyber user為20歲至39歲年齡層人口有356萬人的可能熟悉或曾耳聞之潛在觀眾或目標市場，
 $1,642,857 \div 3,560,000 =$ 約有46.15% 市場占有率。

故本片不但影片賣座空前，更獲得超高投資報酬率，且導演及男女主角三人皆獲得2011年第48屆金馬獎之提名，而由片中飾男主角之柯震東先生，奪得「最佳新演員獎」。

1. Painstaking Efforts done by Heroine 女主角沈佳宜之苦心

沈佳宜引導柯景騰開始讀書並持續用功，其苦心的領導與激勵之作為，是男主角可順利升學的關鍵因素：

1.1 Contingency Theory of Leadership 權變理論之SLT情境管理的應用

Hersey and Blanchard emphasized that successful leadership is achieved by selecting the right leadership style, which is contingent on the level of the followers' readiness (Robbins and Coulter, 2005). 成功的領導應依部屬之成熟度來決定使用何種領導風格

(1) **Telling告知型領導** - the leader defines roles and tells people what, how, when, and where to do various tasks. (部屬無成熟度即無能力也無意願時，主管需耳提面命、詳細指示)

(2) **Selling推銷型領導** - the leader provides both directive and supportive behavior. (部屬成熟度為無能力但有意願時，主管需有指導及支持的作為)

(3) **Participating參與型領導** - the leader and followers share in decision making; the main role of the leader is facilitating and communicating. (部屬為有能力但無意願時，主管需

與部屬共同決策，主角之主要角色為推進及溝通)

(4) **Delegating授權型領導** - the leader provides little direction or support.

(部屬為有能力且有意願時，主管只需給予少許引導與支持)



因此：

(1) 當二人於教室鬥嘴時，沈對柯說「我不是討厭看不起會讀書的人，是討厭自己不讀書還要去看不起會讀書的人」而要柯好好讀書，是以柯無能力，且無意願，此錯誤的領導(telling)，結果當然無效。

(2) 沈交愛心考卷予柯回家寫，隔日檢查答錯很多，是柯無能力，但已使其有意願，為領導不足(selling)，結果亦無明顯成效。

(3) 沈邀柯留校同讀同寫黑板練習數學，則使柯變有能力，且保有意願，此正確的領導(selling+ participating)，結果即開始見效。

(4) 其後，柯自言「從此以後，努力用功讀書變成是很熱血的事」，而深夜獨自於陽台背英文，沈已使柯有能力，且具強烈意願，係領導正確(delegating)，其結果則效果顯著。

1.2 Expectancy Theory and Shaping Behavior with Ponytail 期望理論：以馬尾塑造行為

Proposed by Victor Vroom, and

was the most comprehensive and widely accepted explanation of employee motivation to date, which states that an individual tends to act in a certain way that based on: (Daft, 2006)

(1) Expectation or Effort - Performance Linkage $E \rightarrow P$ 努力與績效之連結 個人所認知，投入一定的努力後，將能達到某種績效的可能性。

(2) Instrumentality or Performance - Outcome Linkage $P \rightarrow O$ 手段績效與結果(獎酬)之連結 個人對有某種水準以上的表現時，即可得到預期結果之信念的程度。

(3) Attractiveness of Reward 等價或獎酬之吸引力預期結果之獎酬對個人的價值或吸引力。故於片中，柯與沈打賭，其下次月考成績將會贏沈，否則自己願受任何處罰，但柯若贏沈，則沈需連續一個月每天綁馬尾髮型去上學：

$E \rightarrow P$ 努力與績效連結；柯自認若努力一拚，仍有機會可贏過沈 (Attainable)

$P \rightarrow O$ 績效與結果(獎酬)連結；柯認為

只要能贏，沈一定會每天綁馬尾上學 (Trustworthy) Attractiveness 預期結果之價值或吸引力；柯真的很想看沈綁著馬尾髮型 (Desirable)

結果柯輸了，自行心甘情願去理三分短頭髮，但柯在為賭而努力唸書之過程中，沈已達到要柯用功唸書的目的。是以考後，沈雖贏柯，且柯依約理髮後次日，沈亦 tied up her hair in ponytail 到學校上課，並有意無意讓柯看到，是沈不但成績贏，並且贏得柯心服口服，使其更願意用功唸書，藉以塑造柯養成喜好唸書的行為，而此一 ponytail 即其給柯所好的正向增強法 (Positive Reinforcement)，使柯認知，只要能用功唸書，不管考試輸贏，都會得到獎賞 (ponytail)。故大學聯考時，柯自言「聯考對我來說，只是展現沈佳宜對我特訓的成果」。

2. Criticism of “The Sublimation of Love into Friendship” 對“愛情昇華為友誼”之批評

沈婚禮宴客之日，柯早已失去沈，及至柯吻新郎時，雖劇情、畫面頗具創意，但無論柯如何藉由回憶再次珍惜沈，一切皆已太晚矣！讀者或觀眾，若以「將愛情昇華為終身友誼」作體認，乃係自欺欺人。

蓋古人謂「關關雎鳩，在河之洲，窈窕淑女，君子好逑」，是品德才貌兼具之淑女，本即君子最佳伴侶，而當寤寐求之、琴瑟友之、鐘鼓樂之。沈、柯二人，有緣又有情，本即兩情相悅，況沈對柯有前述教導解惑、督促上進之功，但柯未能忠於己愛、勇敢表白，以爭取在先，復未能感恩圖報、努力追求，以挽回於後，故其EQ與IQ本即懦弱、幼稚，誠如沈於雨中對柯所罵：「笨蛋！大笨蛋！」。

3. Analyses and Evidences - Disguise of Cowardice 證據與分析：柯懦弱的偽裝

片中情節與對話有：

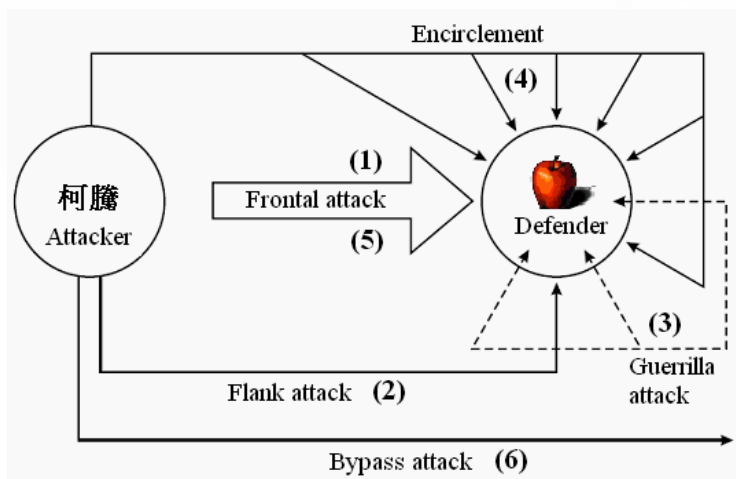
- (1) 聯考後，柯接沈來電時，本很興奮，但卻裝作不在意而拿起話筒只問「幹嘛？」。
- (2) 柯去安慰沈時，柯說「我喜歡妳，妳早就知道了，我都以為自己是超有自信的人，但我發現在我喜愛的女孩面前，我是個膽小鬼」。
- (3) 放天燈時，柯自言「沈佳宜，我很喜歡妳，非常喜歡妳，有一天我一定會追到妳」，但卻不敢對沈告白，且沈要告訴柯時，柯又不敢聽她的答案。
- (4) 沈在電話中，只好向柯說「戀愛最美好的，就是曖昧的時候」。
- (5) 柯比打架後與沈鬧分手，柯自言「不像考卷，所有複雜困難的問題，都能得到解答，在真實人生裏，有些事是永遠沒有答案」。

因此，柯假裝的不在意，與因怕萬一遭受沈之拒絕，而不敢表白、不敢探求真相，更不願面對現實，根本只是懦弱的偽裝與逃避。



演員：鄭昶怡、陳振軒、陳柏叡、蔡宜蓁、張馨方
攝影：林岳奇

4. He Let the Grass Grow under His Feet - 柯裏足不前自

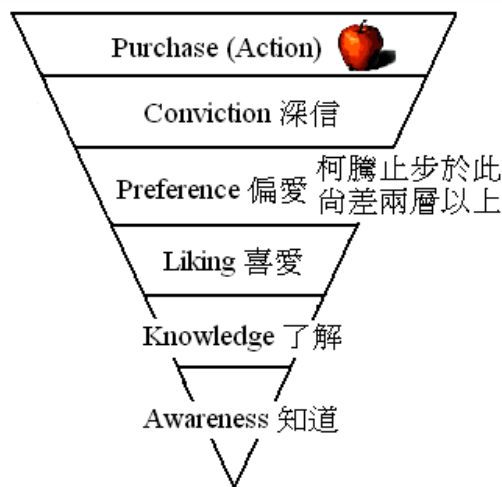


我設限

在追求的戰術上，可使用Marketing Attack Strategies的多重進攻策略 (M1U3, Leicester, 2002)：

1. Frontal attack 正面攻擊 - 雖風險高，但以大擊強，效益大，如上圖(1)，先追求、後表白，至少在放天燈時，柯應要勇敢聽沈表白，男性不敢聽女生表白，本係心虛賣乖。
2. Flank attack 側翼攻擊 - 以小搏大，雖效益中等，但風險低，如上圖(2)，柯應討好彎彎、沈姐，以取得情報及助力。
3. Guerilla attack 游擊攻擊 - 以小搏大，小規模、間歇式，效益雖中等，但風險不高，如上圖(3)，柯應去拜訪沈父、沈母，生日送禮等，以取得認可與助力。
4. Encirclement attack 包圍攻擊 - 以大擊小，效益大、風險低，但成本高，如上圖(4)，雖於本案較不合適，但柯於新竹至少應可電話奪命連環call，包圍沈、給她黏TT。
5. Leapfrog (Bypass) attack 跳躍攻擊 - 先攻他處再回頭來，或尋找其他目標，風險不定，且易有時間壓力，如上圖(6)，柯應保持用功讀書好習慣，第二年轉學考或重考至台北的大學，於台北就讀可近水樓台，即可回頭，親臨取代電話，每天去黏她。
但柯之作為僅達上列(2)向沈姐打聽情報，其餘皆無，是最後之失敗，不足為奇。

故而根據行銷反應層級模式 - Rarely can a single promotional activity cause an individual to buy a previously unfamiliar product. The acceptance of a product is a multi-stage process which is described Response Hierarchy Model (Kotler and Keller, 2009)



如上圖，沈在前後至少有五年以上，皆將自己停留在第三層或最多第四層的“被沈所喜愛或偏愛”而已，其距目標第六層之Action，與沈結連理，豈止差“最後一哩”而已！





三十年後，母校流在我身上的血，又再次沸騰了

EMBA100經管 林容億
金湯科技有限公司 總經理

「人生不相見，動如參與商，今夕復何夕，共此燈燭光，少壯能幾時，鬢髮各已蒼...十觴亦不醉，感子故意長，明日隔山岳，世事兩茫茫。」，民國六十八年六月，台北工專電子工程二子二教室內，全班同學齊聲朗誦著唐朝詩人杜甫的「贈衛八處士」。「今天是各位同學在台北工專最後一堂的國文課，同學要珍惜未來一年學習與相處的日子，因為明年你們畢業後，這一輩子都不可能再全班到齊，一起朗誦這首詩」，國文教授鄭郁卿老師，在台上叮嚀著全班。

三十年來；鄭老師的叮嚀是對的！隨著同學陳財源與許澤獻，兩位因事或因病先後辭世，那伴隨著杜甫詩句，而青春年少不識愁滋味的歲月，只能於午夜夢迴時，追尋、回憶，和思念...。

三十年後；九十九年十二月十八日，因事，經過建國南路，不由自主地習慣的再看母校一眼，突然間，好像聽到母校在呼喚我，往遠處一看，那忠孝東與建國南的交叉路口，昔日曾是一整排自助餐店的牆面上，現正懸掛著紅布並寫「EMBA招生說明會」，一看上面的日期，是今天！再看時間，是下午兩點至五點，緊張地看一下手錶「下午三點四十五分」，就是現在！本能驅使我，立即起步快跑，穿過建國南路，飛奔跑進母親的懷抱...。回憶當年，百分之一的錄取率，經焚膏繼晷、千辛萬苦，才能考上台北工專，乃迫不及待，立即報考TOEIC，僥幸820分，同時溫習 STE-PHEN ROBBINS的管理學一個多月，幸運地，承蒙管院師長青睞，終能獲得錄取。

臺北科大管理學院EMBA專班，稟承學校傑出傳統與優良校風，作育英才、貢獻產業，為高階主管最佳之進修管道，更為企業菁英EMBA學位進修之理想首選。筆者於EMBA經管所就讀半年以來，有師長理論與實務並重的教導，有學長姐經營與管理的心得交流，更有所方聘請之多位校外專家學者，就產業與趨勢作精辟的分析演講，對個人及公司的競爭國內市場與迎接全球化之挑戰，皆有莫大助益。在姚校長、翁院長、EMBA陳執行長、經管所胡所長、蔡前所長、廖導師，與眾多教授、老師，及全體學長姐們的努力下，力行實踐「誠樸精勤」之校訓，以達成「知識改變命運，教育成就未來」之信念，續今年三月份，本校於教育部發展典範科大計劃中 經審查榮獲全國典範科技大學第一名之外，相信近期未來，可再創母校聲譽於更高峰。(續下頁)



民國六十八年筆者擔任校內北知青區黨部
(電子工程)常務委員主持委員會(站立者)

民國六十九年筆者代表區黨部邀請國文教授鄭郁卿老師
(演講「談情說愛」黨員同學踴躍聽講座無虛席)

去年十月二十二日百年校慶餐會，有多位六十九年的同學到場歡聚，席間尋覓後，一齊晤見昔日帶領我們進入電子工程專業、令人感激與懷念的電子工程主任王瑞材教授伉儷...。三十年後的今天，母校台北工專流在我身上的血，又再次沸騰了，EMBA學長姐，包含已畢業的、現在就讀的，及將來要報考的，不管您原係畢業自那所學校、也無論您來自那一產業、更無論您現在的公司職務為何，請讓我們攜手併肩，互相學習及共同成長，以再造職場與事業之新成就，而我們EMBA畢業後，無論您是服務於那一行業、工作於或創業那家公司，更請讓我們互相砥礪、彼此幫助，因為：臺北科大就是我們共同的母校！

與台北科大的緣起學習樂！

EMBA100 經管 洪淑娟

玉山銀行 三等襄理



很高興能進入台北科技大學經營管理系就讀，強迫自己好好利用每天晚上的時間來進修，讓自己真正比較接近「不惑」進而在職場工作上能更有智慧及效率！雖我們經常需在工作與課業中選擇與掙扎，但往是選擇課業後所得到的滿足感大於在公司加班完後的成就感！雖然從工作中學習，是成長的不二法門，但要有系統的學習就只有學校才能提供這樣的訓練。因此，我選擇重回學校，並且選擇了特別為職場人設計的EMBA課程。

我們的授課內容大多強調「全球化」的視野。這裡有產官學的互動與對話課程，讓我們精采掌握問題核心與因應對策。最重要的是老師與我們之間互動的過程與經驗的分享，都典藏著「創新」和「創造」的精神，這樣的啟發及憾動非常寶貴！課程以管理為主軸，讓我們得以在學習中充實專業領域以外的管理概念，這不但有助於我們帶領工作夥伴，提昇工作效率，增進工作品質，也有助於我們未來工作崗位上能更上一層樓！

我們班上同學們的感情融洽，大夥來自不同領域，彼此相互切磋學習，實務經驗交流，在課後是要分組討論及分組作業的，在大家集思廣益下常可創造出許多平日個人想像不到的點子與新觀念，因此更增加了大家交心的空間，這種感覺真好，對我而言，也學習到藉由不同角度的思考而創新思維！

放眼未來在全球化的潮流下，兩岸的事務及全球的經濟和多國企業經營的法則都有賴我們去學習及競爭，所長在迎新的第一天就勉勵我們~知識改變命運，教育成就未來！真的！學習就是一種改變！相信有緣聚首在台北科大的我們，大家必能在這快樂的學殿上收穫滿盈的學到自己想學的及儲備戰糧作好萬全準備~迎接未來的一切挑戰！境，只要願意踏出第一步，永遠都不嫌晚，一定會有意想不到的收穫。

那一年,我在台北科大EMBA一起追逐夢想的幸福筆記

PART 1-學習篇

EMBA100經管吳殷俊宏

員全股份有限公司 資深經理



回顧台北科大EMBA期刊在EMBA班聯會創會會長永寧學長、國文學長、仲維學長、錦華學姐及管理學院張瑞芬前院長催生下於98.6.10創刊，此期刊凝聚台北科大EMBA學長姐對校之向心力，因此陳凱瀛執行長訂出目標，要在四月底出版台北科大EMBA期刊第二期。讓這有意義的刊物能繼續發行。身為NTUTEMBA的成員之一，恭逢其時，也恭逢其盛，務必要筆耕數篇，搏佔版面，畢竟凡走過必留下足跡，Maybe留給系所or自己or家人or同學or同事一些價值，不是嗎？

去年民國100年，也是本校建校一百周年，在激烈的筆試及口試二階段淘汰下，很幸運的成為100經管的高階企管碩士在職專班的一員，屈指一算，從母校土木工程69年畢業迄今，時隔30年，又能再次重溫當正式有學生證的學生，實屬難能可貴。這其間雖然都有陸續進修充電計畫，但都是片斷且無完整性的碩士學分班，因此很難學習到整體教育之規劃及目標之學程。

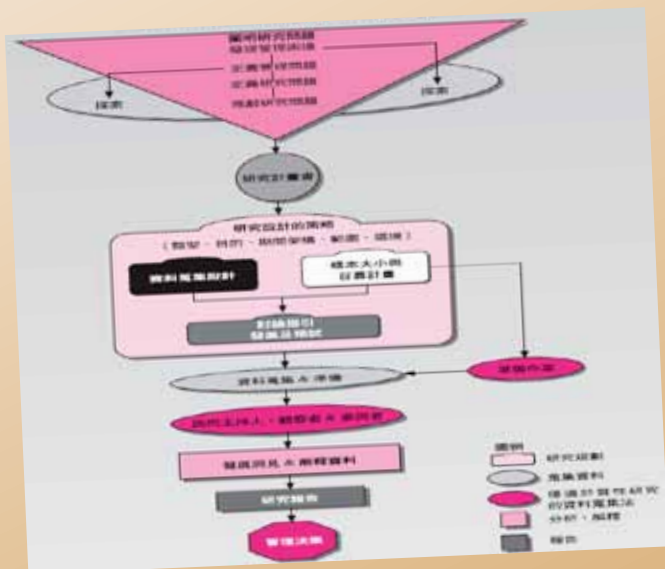
從100.4.20報到開始，95-99年畢業的學長姐們都已經透過e-mail互相聯絡，並邀約參加各項高峰論壇及百年校慶等學術或非學術活動，其所形成的人脈網絡，真是天羅地網般，加上北科大校友遍布全球，EMBA未來可望新增大陸及東南亞之境外專班、歐美雙聯學制，EMBA資源將會愈來愈多元化，精彩可期。

本人目前在研一上下學期共修了四門必修-管理會計與財務管理&行銷管理，策略管理&企業精實化管理，四門選修-企業研究方法&科技管理，服務業管理&全球協商談判及管理。經管系所胡所長之Vision: one mission, one way的策略，安排國際級大師的知識的傳授授課，無論是個案或文獻等，理論與實務的結合，培育領導者能成為推動管理知識與產業再造創新的舵手，強化知識型組織更生，成就創富的競爭優勢，打造企業成功的秘訣，不管在A到A+、白地策略、大想法策略等無不提及，而我們也與此想法有所契合，在多元背景的環境下，如果您目前是經理人，將會讓您成為CEO，如果您已是CEO則台北科大EMBA將會使您的企業基業永續經營，賺到名與利。

最後分享案例for EMBA所學與本身工作的結合：

企業研究方法：

- 1.胡所長：方法論：四無(無知，無能，無法，無天)，李連杰飾演的高僧法海之電影，可以用在產業界的現象，透過觀察，進而得到實驗的結果。
- 2.蔡瑤昇教授：眾裡尋他千百度，驀然回首，那人卻在燈火闌珊處：命題、探索、論文。
- 3.林淑玲教授：SPSS量化研究及統計分析軟體：用二元一次線性迴歸來改善不良率，的確管用。

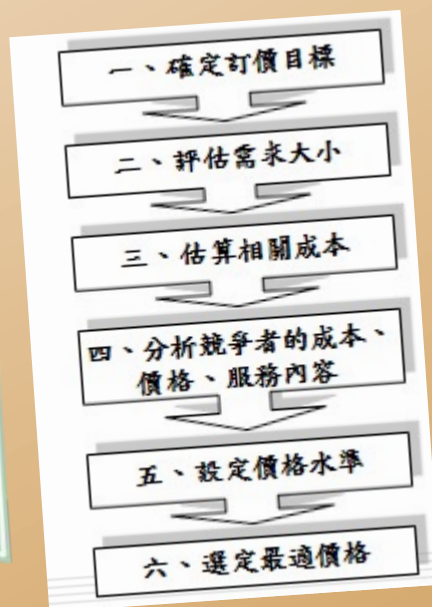


管理會計與財務管理：

- 1.謝金賢教授：製造業及買賣業之編製含有銷貨成本計算之損益表，資產負債表。
- 2.林淑玲教授：管理會計之不同個案計算of資產負債表&預估逐年營業額增加，如何做好財務管理，不至於將短期資金用在長期投資上，而造成現金流問題產生。
- 3.吳斯偉教授：消費者行為理性，非理性研討，股票市場賺錢及賠錢帳戶操作。
- 4.吳忠敏教授：IFRS國際財務準則及8個成本各案討論& Modified Accelerated Cost Recovery System (MACRS)修正後的加速成本回收制(MACRS)，稅賦折舊通常使用MACRS來計算。在此為3年、5年、和7年折舊率的... 機器使用MACRS折舊且使用。10%折現率計算所有現值。

行銷管理：

- 1.耿慶瑞教授：以消費者為重心已蔚為目前市場行銷的重要潮流。消費者決策過程 & 體驗行銷：對產業或企業品牌建構，讚！
- 2.廖森貴教授兼導師：Marketing全面行銷觀念，除了整合4P，還要注重客戶關係，內部行銷，社會責任等以創造多贏。
- 3.廖耀宗教授：行政院參事兼第五組組長，定價策略，步驟與消費者知覺成本及知覺利益。



科技管理：

- 1.陳銘崑教授：分組討論並在上課前指定組別做報告，並由下一組同學做Q&A，然後再補充案例分析，印象深刻，其中的龍捲風風暴，跨越鴻溝更是經典解說。
- 2.吳明機教授：科技新知，政府政策，智財權，專利權，經濟部技術處科專計畫...等有精闢分析。

今天已是3/28要交胡所長策略管理有關鐵娘子-英國首相柴契爾夫人之報告及郭佳璋教授精實化管理之巴爾的摩西北航空個案報告，因此part 1就分享到此結束。感謝精實管理五組夥伴：林容億、林展儀、吳佳玲、陳成芳、趙佩如、邱麗梅。我們拿到了A+的成績for東京紅花鐵板燒個案。

A Smiling EMBA Life

EMBA 100經管 趙佩如

My name is Daphne Chao who was to join studying of NTUT EMBA 100 Business Management Program on the 13th September 2011. After one semester studying, I found I have had a smiling EMBA life that there has been a greater sense of unity and "at-home" feeling in the school.

The relationship between professor and classmates is so closer looks like the family members. My classmates would describe me as fun, up for a laugh, a good listener and easy going people. It's very joyful and exciting to be studying in the NTUT EMBA and to me a lot of people from different backgrounds. The EMBA program includes professional lectures, group case studies, championship and visits to various companies and exposure to EMBA's diverse academic and social activities. I also enjoy reading, painting, jogging, playing tennis and going to the cinema.

For me the most interesting and challenging activity is to learn golf with classmates. During the practice every Monday night on the range I have gain a lot of suggestion, provided the feedback to others and fully experienced this fun exercise for improvements. These give me motivations, and I hope to continue to actively participate and contribute to study.



晨曦中穿梭校園的那些時光

EMBA99工管 柳勝明

宏達國際電子(股)公司 IAME機構研發經理

對整天忙碌於工作的電子界研發工程人員來說，短暫的充電是種享受；然而若要扮演學生，參與兩年研修EMBA課程，則是一種奢想。感謝97級的陳尉勇學長不斷的鼓勵，引薦台北科大EMBA的種種卓越教學勝況，讓我重新踏出學生多彩豐富的產學融合之旅。

雖然不敢用醍醐灌頂來形容EMBA課程所學的助益，但工作上正確多元的思緒能不斷運行，猶如打通任督二脈的暢快淋漓，確是不爭的事實。現在若設計工作遇到難解的困擾，總能在談笑間循線找到解決的脈絡，人際溝通上也頗為得心應手，因為這一年多來我改變了，能看懂財務報表，也涉獵了專案管理的精隨與策略管理的許多通案，對行銷管理、網路行銷等因需求而產生了莫大的興趣。工廠的精實管理本來就是我們工業工程與管理學程的擅長，藉由國內企業參訪，讓我們領受到推動豐田生產系統(TPS)最為落實及有成果的企業-慧國工業；而供應鏈管理系統(SCM)管控視野，來滿足供應鏈最佳化之目標，讓企業能在既有資源基礎上，充分滿足客戶需求。智財權保護與專利申請，會幫助學員日後在公司的智財保護有著更深的著墨。

台北科大的EMBA課程在再帶領我們去培育現代企業工作者該有的學識涵養，不斷去挖掘我們智慧底處那個潛能，未來將應用不窮，能得其奧蘊加以產學融冶，必能上下貫通。所以欲成為卓越經理人，猶不能脫其課程範疇。

個人偏好晨曦的週末穿梭校園的那個時光，踏出捷運4號出口後，迎向的是淡淡濃郁書香氛圍的校園，在輕快近乎曼妙的步伐裡，時時飄來咖啡香。走在綠蔭的步道裡，不由散發著台北科大特有的氣息，將得到的喜悅與滿足雋永收集。在步入825陽光教室前，手緊握著助理們精心備妥的熱騰騰早餐，滿滿的幸福伴隨著喜悅早已洋溢在臉中。

感謝有哲人深邃智慧般教授們剴切教導，讓我們重新燃起我們對工作與家庭誠摯的熱情，更感謝家人的支持，個人的學識與能力再經過這一次EMBA課程錘鍊之後，又拓展了許多。藉由學校各種活動所培育出的圓熟能力，讓我們找到了真正的工作價值所在，也點破了许多以往的困頓，感謝台北科大教育的謹嚴凝練、圓熟細密將為今後的工作遍植了無數的繽紛與成就。



鼓威北科大，聲揚EMBA

EMBA100工管 許家彰

NIKE公司授權台灣配件總經銷 大前實業有限公司 總經理



今年3月3日的春酒是EMBA班聯會第一個活動任務，「春酒」乍聽之下，不就是找好餐廳吃個飯，簡單的很，我心裡盤算著，但看過煜凱、慧鈴學長姐上次的春酒紀錄，節目精彩，內容豐富，當下讓我驚訝又汗顏，算算從開學到春酒當天只剩2週，瞬間備感壓力，此時的我只好加快腳步，確定好餐廳地點後，再請大掌櫃勝凱把餐廳的訂金付了，選了離學校最近的飯店，方便師長、學長姐參加。再來就是節目活動，這是最不熟悉的部份，幸運的是上學期思均學姐就熱心提供了打擊樂的表演安排，至於規劃流程，本班活動組長逸峰可說是「活動鬼才兼綜藝天王接班人」，他提出以音樂會為主軸並訂出主題「鼓威北科大，聲揚EMBA」，並穿插造型比賽，增加大家互動及活潑的氛圍，大家一致通過最後再請勝凱、凌旭確認採買物品後，活動的準備工作大致完成。

轉眼間3月3日就到了，台北接連幾天陰雨，但是到了當天卻是風和日麗的好天氣，時間一到，賓客魚貫入場，很開心的，姚校長、林副校長、翁院長、邱主任、陳執行長、王所長、胡所長及師長們陸續抵達，學校長官的參與說明了對EMBA的重視，這麼高的出席率也顯示公關組嘉華和幾位美女的能力及魅力。

氣勢磅礴的打擊樂中揭開了春酒的序幕，時而清脆，時而震撼的各種音符交織成動人的樂章，學長姐們開心的享用佳餚、美酒，暫時脫離平時緊張忙碌的生活，享受一下難得的輕鬆交流，活動的最後一個高潮是黑白造型比賽得獎者，分別是黑白郎君(凌旭)、艋舺大哥(業鑫)和2位美女學姐(思均、玉彬)堪稱美女與野獸的絕配，快樂的時光感覺特別的短暫，春酒就在大家歡笑中畫下休止符。每個學長姐滿載美好的回憶，踏著輕鬆的步伐回家 期待下個活動 畢業舞會。





EMBA新解 那天上課的教授問我們， EMBA的E是什麼意思？ 有同學說：EAT大家都哄堂大笑

EMBA100工管 曾逸峰
新躍科技有限公司 創辦人

我想了一下，他說的一點也沒錯，從開學第一天開始，就有吃不完的食物
一早的課有早餐、中午過後還有水果、下午還有點心、晚上下課還有聚餐
學校好像深怕我們不夠胖，啤酒肚不夠大似的
一直餵食我們，我想我們每一個同學
畢業後都能去三峽祖師廟比賽重量囉...

除了學校提供的餐點外
在食品公司上班的同學，天天把從實驗室帶來的食物對我們作人體實驗
還提供我們員購的價格的福利，讓我們從年初吃到年終、從學校吃回家去
不僅肥了自己，也滿足了家人的口福

所以說 EMBA 的 E = EAT，真是一點也不為過
記得上學期我們的校外參訪行程就是去造訪有中國八大菜系之首的廣東
嚐了兩家廣東百年老店陶陶居、蓮香樓
這兩家不論色、香、味等無一可以挑剔
更是讓我們這次的廣東中山大學的參訪行程增色不少



現在的經理人,未來的企業領導者

EMBA100工管 黃玉萍

凱士士企業股份有限公司 國外部主管



全球經濟變化快速之際，牽一髮而動全身的光世代，世界是平的經濟體，大家已無法閉門造車，關起門來自說自話自演自練，惟有不設限的多方學習，放開心胸傾聽不同聲音、看待各界人事物，廣納百川，引領創新，善用科技新知，隨時儲備實力，才能不斷的向上發展。台北科大EMBA提供這樣的學習平台，多元化的教學安排，不分工管、經管的共同必修課程與跨修制度，讓大家可以全方位學習，在這個學習開放的環境，來自不同產業不同領域不同位階的各界菁英，相互精進，共同成長，展獻熱情與活力，讓原本專精致力於本業的各位，激盪出不同的共鳴與絢麗花火。在這個大家庭，看到有為青年的創意與創新、高階經理人的精實與彈性、成就非凡長者的成穩與卓見，不分彼此，各獻己力，相互成就，努力邁向“現在的經理人，未來的企業領導者”、“現在的企業領導人，未來的趨勢引領者”。

管理真正的涵義強調執行力

EMBA100工管 王凌旭

光宇貿易有限公司 總經理

民國100是一個非常特殊的一年，除了建國一百年外，也是台北科技大學建校100周年。在這麼特殊的100年9月加入台北科技大學工管EMBA專班，心情上真是歡欣鼓舞，值得紀念的日子。

很慶幸認識來自不同企業菁英的學長姐以及同班同學，也很榮幸在台北科技大學企業管理研究所認識優秀的教授。在這裡學長姐與同學們全部放下身段，回憶且享受學生的生活與快樂，教授也很有耐心的教導久未拾起課本的社會人士。教授教導我們經營理論與管理理論外，並與我們交流實務上和理論中的經驗，讓我們在經營管理上發揮更大的管理效應。

從入學到現在，點點滴滴的學習體驗深深的烙印在腦海裡。學長姐所舉辦的國內企業參訪，讓我們瞭解不同產業的管理經營方式，在參訪途中加入了一些活動加深與學長姐間的同學情誼。台北科技大學也特別安排海外參訪一門學分，讓我們有機會參訪NIKE工廠的生產流程及陶氏化學的製作過程，參訪途中不僅學習而且更增進班上同學的互動與感情的增溫。學校還特別設立班聯會，舉辦兩系所各項的聚餐活動，增進兩系所同學的交流與互動。高爾夫球社團以台北科技大學學校之名與三校聯誼(清華大學/台北大學/中央大學)並切磋球技外，更維繫了各校間情感的交流。很感謝台北科技大學提供這麼好的學習環境，不僅從學習中得到知識，從知識中獲得有效的管理方法，讓我更能運用到實務中，學以致用才是來這裡學習的最大效能。



EMBA 的生活

EMBA 100工管 謝宗翰

亞旭電腦股份有限公司



大家都說EMBA是不同產業交流最迅速的平台。在我就讀一完個學期後即可深深體會出這句話的涵義。雖然只經過一學期的相處，經過了課堂上同學與老師的互動及多次校內外參訪活動及餐會，很快的同學之間的感情已直線升溫，同時也加速了我們學習成長的速度。在EMBA學習的過程中，感覺像又回到學生時代，學校設計的課程非常實用，且適合各行業，如果時間允許，真想多選些自己有興趣的課程，好好充實自己。老師在課堂上講課都相當具專業性，理論與實務兼備，對問題也都有深入的瞭解，願意傾囊相授，還有班上同學的認真學習態度及經驗的分享，的確讓我獲益良多。課後分組討論及分組作業也是同學間互動的重要時刻，在大家集思廣義下常可創造出許多平日個人想像不到的點子與新觀念，並且也了解到不同產業的企業管理或生產製造模式，同時更增加了對彼此的了解空間，這種感覺真是難得，對我而言，也學習到藉由不同角度的思考及創新思維。雖然交報告的時候感覺是天人交戰，在忙碌的工作中還要硬擠出時間來搜尋資料及製作PPT，還有小組分工上台報告等，還好同學間都相當團結，自動自發，所有功課才得以順利過關。時間過得很快，現在已邁入第二學期，在最近一次五天四夜海外參訪活動中，我們與廣州中山大學作學術上的交流，並且參觀了NIKE周邊配件製作工廠及羅門哈斯電子材料公司，也見識到大陸風土民情及進步繁榮，當我們回到工作崗位後應當思考的是如何將我們在學校內外所學到的智慧經驗，運用在提升組織及企業競爭力上，才是達到EMBA學習主要目的。

一趟玩到、交到、學到收穫豐富且不虛此行的行程

EMBA100工管 陳慧蘭

日盛證券股份有限公司 經理



猶記得才懷著雀躍的心情踏入北科大工管EMBA，經過一學期上課及新生、國內參訪活動的相處，班上的同學漸漸熟稔了起來，但彼此間總覺得仍有一層薄膜尚待突破，隨著國外參訪的行程決定後，殷殷切切的期盼成了每天心情的最佳代言人，終於那天到來...國外參訪是一個五天四夜的行程，嚴格來說應該是五天五夜，因為搭早上7點班機的關係，前一晚大家不是徹夜未眠就是輾轉難眠，但從機場集合起就不難見到大家興奮的情緒表露於外絲毫不受睡眠不足所影響，第一、二天從參訪陶氏化學、NIKE、到中山大學座談會，除了實際參觀工廠運作情形外，更透過當地人士專業的分享讓我們獲得更多實務上的知識，在中山大學除了讚嘆校園的優美外，座談會上精彩的演講及你來我往的互動亦讓人印象深刻，結束了中山大學的參訪後，大家脫掉了正式服裝猶如脫疆野馬正式開啟了工管100的瘋狂之旅，從廣州、珠海、到澳門，從白天到夜晚，白天行程豐富景色優美、晚上更是精彩絕倫，一路上笑聲不絕於耳，經過幾天的「誠懇逗陣」後，彼此之間不分男女老少玩樂在一起，也因此有了許多「不能說的祕密」，透過此次行程的交流彼此的感情更加深厚也更加融合，沒來的人除了扼腕外只能期待下次再見了，最後我要謝謝此次活動的功臣活動組長啟東及嘉弘、家彰企業參訪安排，讓我們玩到、交到、又學到收穫頗豐且不虛此行。

遲來的EMBA求學

EMBA100工管 陳居仁

台電公司 董事會檢核室檢核



2010年初冬，我在蘭陽平原太平洋海邊台電宜蘭區營業處任職，每天看著好山-青翠的或煙雨迷濛的，喝著好水-雪山山脈自然湧出的地下水，悠哉游哉認真的工作著，每週穿越雪山隧道在群山翠巒間心情舒暢地返回台北溫暖的家。卻是，在一次偶然的機會下，上級告訴我，公司在辦理薦送中高階主管參加國內國立大學院校EMBA進修實施計劃，詢問是否有興趣意願繼續進修想到可以完成個人內心的願望-戴上碩士畢業的方帽子，不禁雀

躍，也走上了重返北科大修讀EMBA之路。

修讀EMBA之路好走嗎？對於年過半百，年輕時自豪的記憶力已不復見的我是有些吃力，但在心境永遠18歲的妻子鼓勵和小孩的加油聲下，也逐漸適應再求學之路，也消除剛開學時的緊張與擔心。由於過去所學為電機工程方面的專業知識，從未接觸工程管理方面的知識，也因此現在修讀EMBA過程是比較辛苦，但又有種重拾書本獲得知識的興奮感。現在的我，除了從課本中學到新的知識以外，也藉由課堂上的討論，輔以每位同學豐富的工作經驗，來驗證書本上的理論。雖然目前我還只是研一，還有很多不足和該學習的知識，不論如何，我都會珍惜能夠再次學習的機會並更加努力，並衷心期望經由北科大EMBA的琢磨，能讓我將來的事業與人生更加精采！

學校沒教的 思考力的鍛鍊

EMBA100工管 陳健男

和碩聯合科技 副理

多數人行事偏向於知覺行為也就是慣性思考行為，在知覺或是所謂的想當然爾經驗法則下的結論，所做出的行為往往有一定的機率會發生錯誤或偏離，尤其在現代資訊變化萬千，常常在決策時缺乏資訊，以及人事物的變數日異月遷下，如何做更有效的思考與決策已悄然成為成功致勝的重要因素，哈佛教授大衛伯金斯的研究證實，90%以上的思考錯誤來自於知覺的錯誤而非邏輯的錯誤，也就是說，想要更精密的獲得正確的思考，平常的思考鍛鍊是不可或缺的思考力的鍛鍊其實可以從生活上種種決策與問題時，練習使用工具來協助思考判斷，所有的工具大多是開發一種非知覺式思考的方法，或以旁物去刺激對事件的邏輯思考，其中較為簡單的工具有如下：PMI、APC、CAF、C & Setc，PMI是指列出事件所有的有利點與缺點再加上有趣點去擴展事件視野，最終評估最佳結果，而APC則是尋找替代或可能的選擇，看出別人看不到的，想出別人想不到的，CAF是列出所有考量的因素，C & S則是。

探討事件可能結果與之後續，兩者都是運用在無法系統化與長遠性思考問題上，進階的工具如矩陣法是種能夠簡單的幫助決策者做資訊分析的工具，把種類與行為分別列為橫列，列出結合兩者後的可行性... (還有不少思考的工具可參考“思考的工具”一書，或搜尋網路思考的工具)原來思考是必須跳脫出直覺，智力與邏輯框架，找出非慣性的思考問題與解決之策，EMBA的課程現在已開始有很多類似的思考性教學，實在是學習者的一大福音，養成一定的思考能力能更助於決策，並且在問題中找到問題，進而分析，解決與預防，最後結語 智力者不等於思考者：用思考帶領直覺，做一個思考者。



向高處行

EMBA100工管 陳琪琪

聯華食品 研發部



“向高處行”是永光化學前董事長陳定川先生的傳記，裡面描述了陳董事長如何從一個貧困的礦工家庭中不斷努力成長，如何建立他的信仰，如何因遵行信仰原則經營事業而遇到貴人，如何依靠信仰教養子女...。而他所創立的永光化學如今享譽國際，並成功的傳承給下一代。其中有一個有趣的小故事：在某個國王盛大的宴會中，美麗的王后贏得大家的注目，在宴會後大家仍然津津樂道。當時也有2隻貓在會場，他們彼此對問有看到美麗的王后嗎？卻沒有半點印象，原來他們只記得牆角的1隻老鼠。這個故事指出了一個重點：我們專注什麼，就只能看到什麼；我們專注在學習的目的中，看到的就是知識本身的豐富，我們專注在環境的缺失中，看到的就是永無止境的問題。陳董事長的一些專注與堅持，如不拿回扣、不招待客戶至情色場所等行為，在商場是異類，更是同業背後取笑的對象，但卻因著這樣的堅持，他遇著生命中的貴人，吸引志同道合的生意夥伴，得到國際大廠的肯定，也免去了許多不必要的損失。因著工作上的瓶頸，離開學校多年後來唸EMBA，雖然遇到許多的質疑，但心中想要自我超越的信念，驅使我選擇了重回校園這條路。事實證明這半年多來的時間並沒有白費，師長們的辛勤教導、學長姊們的互相討論，大大的擴張了我的境界，也比較能夠明白第五項修練中-系統性思考的含意。“向高處行”是陳董事長生命中智慧的分享，也給我很大的激勵，對的事要堅持，當我們願意專注在對的事，就會吸引對的人來到身邊，自然身邊就會發生對的事。

我在EMBA的日子~

EMBA100工管 蔡文琪

巨有科技 經理



研一上我修的課程有管理會計與財務管理、專案管理、創新研發管理、企業研究方法，寒假中我也參與了海外管理實務觀摩與研習課程，我們到了廣州中山大學與企業參訪。海外參訪，與其他學校的交流，讓我們視野放遠，增加思考事物的角度，不只侷限目前的生活與工作，跳脫了原有的框架。

研一下課程企業精實化管理，策略管理，智慧財產權與專利管理，課程教導我們Reflash，不能只滿足於現狀，隨時不忘充電。全球化下我們身處的環境變化很快，因應這樣的環境，我們也需快速反應，尤其身處電子產業的我，

必須不定期的更新資訊，以掌握企業的最新動態與客戶需求。EMBA的我們是在寫歷史，同時也在看歷史，學校培養我們人的質，修煉我們的態度。EMBA讓我學會了三到，“學到”、“交到”、“玩到”：學到：1.1 * 1.1 * 1.1... > 1。每天一點點的進步，累積我們的能量與知識。交到：在學習的環境中認識了許多學長姐，成為生活上的益友，也累積了人脈存摺。玩到：除了平常課外與同學的互動以及高爾夫球社團之外，宜蘭礁溪的敬師迎新會、中正大學EMBA的學術交流、廣州中山大學的海外參訪，以及一年一度的春酒、舞會等等，都能夠在玩樂中學習如何處理人際關係，不只是書本上的知識。

EMBA培養我們敏銳的觀察力、獨立思考與解決問題的能力，最重要學習到做人的道理。



最棒的情人—台北科大EMBA

EMBA100工管 陳建宏

達爾科技股份有限公司 專案經理

「我和我追逐的夢擦肩而過、永遠也不能重逢」，一首老歌喚起塵封心中的回憶，在那個青澀的年代，認為大學之路才是求學的王道，對於長輩的指腹為婚（台北工專），我選擇了叛逆，迎向高中、大學的懷抱。我大學時念的是資訊工程學系，五管之中只學過資訊管理，但回顧我的職涯，大部分工作內容，和五管的關係勝過資訊科技，一路走來，都是透過實務經驗，與user間的互動交流，來累積知識和技能，但欠缺學理課程的知識基礎，漸漸讓我遇到一些瓶頸，既有的土法煉鋼來的知識，已無法因應公司的高度成長和外在競爭環境的快速變化。

偶然機會，一個人走在傍晚七點的忠孝東路，「北科跨世紀、深耕展活力」，幾個斗大的字，吸引住我，回學校再充電的念頭，多年來一直縈繞在心頭，但因之前的工作性質總是需要頻繁的business Travel，故一再打消念頭，現在的工作不再需要頻繁的出差，所以重新燃起了報考EMBA的想法，而北科大管理學院EMBA專班不論是師資、口碑、課程和地點，都是我心中的首選，所以鼓起勇氣，決定報考北科大管理學院工業工程與管理EMBA專班。EMBA最吸引人的地方，就是老師來自學術界的菁英，而同學來自各行各業，身經百戰的產業人才，不同的領域的know-how碰在一起，肯定會激盪出劇烈的火花，在北科大建校百年這神聖的日子，進入北科大EMBA，是我這輩子最棒的選擇，半年多來，北科大豐富的學習資源，帶領我們進入管理的殿堂；精實的分組作業與報告，將同學們融合成one team；五天的海外參訪行程，更凝聚了大夥的感情。我想告訴北科大，那些年錯過的你，再一次相遇我會緊緊抱著妳，人說情歌總是老的好、走遍天涯海角忘不了，我說學校卻是老的好、理論與實務完整結合，台北科大EMBA的淬煉，絕對不會讓你只是瀟灑走一回，而是滿載而歸。

就讀EMBA心得感想

EMBA100工管陳靜儀

鴻海科技 專案副理

時間過的很快，在EMBA的生活已邁向第二學期，很開心也很幸運有機會可以進入這大家庭，能在短時間接觸，了解到不同領域的專業，更重要的是認識了一群熱情、活潑、隨和的學長、學姐，讓我在生活中重新產生了許多熱情和新的思維。長期處於封閉、熟悉的工作環境中、不自覺視野變得狹窄，人也失去了動力，幸而透過再次回學校學習，聽到教授們的專業知識和學長、學姐的經驗分享，使我深深自覺本身的不足與想法的匱乏，更加慶幸自己選擇再次進修為最正確的決定，藉由學校而學習到從未接觸過的財務、行銷、創新研發管理等課程對於管理方面不足的自己幫助良多。當然努力的學習也需要有機會和學長、學姐互相情感交流的時刻，而國內外參訪讓我們不只可以體驗國內外各校EMBA教學規模與方向，並透過不同公司的參觀而了解到不同產業的生產模式，就在短短幾天學習，生活密集在一起，加速全班感情與日俱增以及日前所舉辦的春酒活動更加凝聚了大家對班上的向心力，可以成為北科大的學生與100級的成員，真的很開心，也很幸福，往還有一年多的日子可以和大家一起學習成長歡樂，將會好好珍惜，把握。



EMBA給我的改變

EMBA100工管 柳朝繪

晟銘電子科技股份有限公司 專案經理



我用架構來形容，EMBA主要在學的重點有“經濟學 + 統計學 + 管理學 + 財務管理 + 資訊管理 + 作業管理 + 人資管理 + 行銷管理 + 策略管理”，其他課程多為點綴，讓你學習你有興趣的學問，主要目的是在培養高階經理人所必備的知識，並且藉由各行各業的交流來增加人脈。

記得新生訓練時，聽學長講話，他提到EMBA有三到，學到、交到、玩到，當時並不瞭解是何意義，但等時間的經過，發現班上的活動安排真的很多。讓我們班上的同學在各式各樣的活動中了解彼此，增進彼此之間的感情，像是去年上學期的國內企業參訪、國內外學校EMBA參訪等等，由此可見社交活動也是EMBA的重點活動。對我而言，藉由活動機會真的會讓平常就很忙的同學能夠有機會交流。平常一般聚聚餐，唱唱歌，原來大家都很喜歡唱歌，大家都是歌神呢。讀EMBA 最有趣的地方就是會認識許多不同背景的人，平常是很少有機會和這麼多各行各業的菁英在一起，現在卻可以近距離觀察，並且一起討論交流，每位同學來念EMBA的目的多不一樣，為文憑，人脈，知識等等，雖然每個人都不同，但是每個人卻都非常好相處，都很搞笑~。

讀了EMBA之後，我認為EMBA給我的改變是對企業管理的了解，人脈的建立。畢竟出社會一段時間之後，深深覺得遇到瓶頸，但是上了EMBA 課程，經由有系統的教學方式，對企業運作，公司治理，人員管理等等，有進一步的瞭解，對管理工作確實有幫助。以往工作上講話太硬，現在知道該如何修正。重新回到學校一段時間後，發現需要兼顧工作，學業和家庭等等，確實會有很多壓力，因此需要心理準備。可是這種壓力卻是愉快的，因此我覺得，有機會都要來讀EMBA~而且要讀北科大~北科大EMBA~讚~



EMBA的心得感言

EMBA100工管 黃優德

輝創電子股份有限公司 副理

人從就業開始，即開啟了一場職場球賽，這場球賽時間長達數十年之久，參賽的選手在經過這漫長的時間中，總是會產生疲憊。為了可以順利打完這場球賽，並取得勝利的果實，必須懂得在適當的時間點，選擇休息充電，並觀察市場的變化，準備再上場奮戰。選擇念EMBA，是休息充電的方之一，在北科大工管EMBA的學習進修，讓會計背景的我，可以藉由平時課堂上，其他學長姐的意見陳訴，了解不同就業歷程的學長姐的想法及看法，改變自己面對問題的習慣，也可以獲取不同經營者的視野角度。在經驗的分享中，讓自己可以從更多元的視野，觀看自己所服務的公可，進而判讀經營者的決策，提升自身的高度。不管下一步的決定為何，經由這段自我修練的過程，也讓工作多年的自己，又有新的動能往前衝刺。不需是Linsanity，只要sanity。



就讀EMBA學程有感

EMBA100工管 戴宇軒

智捷科技股份有限公司 資深經理

“人脈”幾乎是EMBA的另外一個代名詞，只要一談到EMBA大家想到的就是“人脈”、“高學費”、“有錢人讀的學程”，不可否認的即使我已是EMBA的學生也是這樣認為。但認知及體認上卻有很大的不同。能考上EMBA的人通常都是公司負責人或公司中高階主管，因此在社會歷練、能力或經濟上都有一定程度的專業和能力。但回想一下，你的知心朋友或好朋友都在那個時期結交的，不外學校時期的死黨或初出社會工作一起工作的同事、亦或當兵時共患難戰友，隨著時間的推移，職務的推升，除了早期的朋友，少有新的朋友，加上工作的調動或家庭的搬遷朋友就更少了。有的都是一些工作或業務利害關係的朋友。

EMBA提供了一個交朋友及專業充電的平台，中年之後再回學校充電，一群沒有利害關係的各方菁英齊聚一堂，沒想像中的嚴肅，也沒有年輕學生的羞澀，大家分享自身的經驗及看法，教授除了教授專業知識，更統合大家的經驗，在互動學習中大家彼此吸收各方知識經驗並融合到課程中，這是一般年青學生所沒有的。與教授間亦師亦有的關係，使我們的學習不局限於課堂上。課程上的國內外參訪，下課後同學之間的聚會、課程討論、各種活動及班際、校際活動...等，更是讓這群EMBA的同學情誼不斷的加溫。與其說EMBA是廣結人脈的渠道，不如說是交朋有的地方。

讀EMBA不但是結交朋友的平台，更是我們離開學校多年後再次充電最佳的場所，透過學校教授的專業及同學實務的互動，激蕩出新的火花與思考方向。一般年青學生對於課程選擇通常不知道為甚麼要選擇這門課，這門課選了對我以後有甚麼幫助。在EMBA的學生則不然，除了必修課程外，在選修上，通常會知道課程內容方向是不是我所需要的，我要的是甚麼來選擇這門。

本身大學時期讀的是電子工程，工作上從事的卻是品質保證領域，長期任職於高科技產業，隨著職務的推升，漸漸感受到專業上廣的不足。因此想再回學校充電，在環顧所有學校課程內容，臺北科技大學EMBA所規劃的課程內容最吸引我。為培養具國際視野的經營管理人才與科技管理菁英，臺北科技大學將EMBA位階提升至管理學院底下，將科系區分成經營管理及工業工程與管理兩所。教授更是挑選系上菁英及產業傑出人士任教。在課程安排上將管理、財會、產銷及策略、等管理課程列為共同必修科目，學生再依自身興趣與需要選擇系所專業或興趣課程。透過學校老師的系統化教導，使的學生在管理知識及專業能力方面均能同時獲得學習及成長。而學校方面也與時俱進，根據產業及國際環境變化，調整課程內容。

EMBA是一個活的概念，完全在於你想要怎麼去面對、去激蕩出燦爛的火花。俗語說“江湖一點訣”、“行千里路，讀萬卷書”，還不如到EMBA吸收菁英的實務經驗、教授的專業薰陶與臺北科大的文化傳統，今日我以臺北科大人為榮，明日臺北科大將以我為榮。

EMBA活動迴響

EMBA100工管 黃祉元
華冠通訊公司 研發課長



從加入EMBA到現在已經有一段日子了，這
段日子深深受到老師和同學們的影響，自覺自己在很
多方面都不在是霧裡看花，舉凡公司的運作模式，供應商、存貨管理，現場工廠
管理方面，決策上的管理... 等等，都建立在理論上的基礎，有了較清楚的了解，
通過彼此同學間的交流大家都在進步。但學生我個人倒是對企業參訪有很深刻的感
覺，在各行各業上的精英份子，有這份機會能和他們交流，甚是感動。今年我們
100EMBA...跨足到了對岸。這份喜悅難以形容，不知道的人永遠只是外行人看門
道，被人領進大門的人，才真的看出了皮毛，參訪行程中，不僅僅感受到對岸教授
關於次貸危機的精闢見解，也從門隙中窺見了：威保集團在廣州的經營哲學、陶式
化工立足中國的技術布署。在行程中不僅僅有教學，更有旅遊行程中同學和老師的
互動，緊緊的聯繫同學和老師的感情，EMBA就是一個大家庭。



就讀EMBA心得感想

EMBA100工管 郭育銓
微星科技副理

面對資訊爆炸，快速變動的經營環境，深
覺既有的學經歷嚴重不足，要如何補足所
欠缺又能兼顧家庭，就讀碩士在職班是最
佳解答。與各行業菁英同聚一堂，透過異業的不同角度進行
學習及討論，必可收獲豐碩。因為家裡有三個小朋友還小，
怕擔心念EMBA課業、工作、家庭三方面無法兼顧，不過在
老婆及家人支持下，讓我無後顧之憂全力投入準備。很幸運
考上北科大EMBA，同學間來自各行各業，學經歷皆不同，
透過課堂上的學習互動及課業間的互動討論，擴大了本身的
視野。



築夢踏實，精采人生

EMBA100工管 李怡慧

信東生技股份有限公司 專案經理

民國100年，是北科大的100歲生日，也在這年我成為北科大EMBA的新生，有幸一同參予北科大的未來。10多年前踏出學校，投入職場工作，這麼多年來都已經快要忘記單純的學習是件多麼愉快的事情了。在工管的這個大家庭中，大家來自四面八方，各行各業，我們分享個人的經驗、安排班上的團體活動，在一次次聚會中，同學的凝聚力更為緊密結合；在學業上，我們像一塊缺水的海綿，努力吸收教授們移轉給我們的知識，感謝有這麼多學識豐富的教授群，讓我的想法及創造力又有新的空間。時間過的好快啊，轉眼間我們已經是一下的舊生啦，隨之而來的是要迎接學弟妹的到來以及論文的準備，真是過的緊湊又充實！期許經由這2年北科大EMBA的歷練，能讓我未來的人生更加精采！

就讀EMBA心得感想

EMBA100工管 方凱平

胡連精密股份有限公司 總經理室協理

離開「台北工專」校園20年，在母校100週年這榮耀的時間點上，極其有幸的我又再度踏入「台北科大」的校園成為EMBA的一員。由「台北工專」到「台北科大」母校的改變，除了代表學校的與時俱進但也說明了時間的巨輪在滾動，時代在進步改變，我們也需跟著學習新知充實自己。EMBA的課程中除了教導我們更高更全面的戰略思考角度來看待問題，來自各行業的同學間彼此的討論，提供來自不同業界更多元的實務建言往往能激盪出更多的火花，同學師長間的互動學習彼此教學相長，這些都是在外邊一般課程所能學到的寶貴經驗。很高興成為台北科大EMBA的一員，更歡喜在這樣的學習環境中更充實知識，台北科大是正確的選擇，歡迎有興趣的您加入我們的行列。

