

## 课程大纲

### 数字化转型与企业战略研究生文凭

### Postgraduate Diploma in Digital Transformation and Business Strategy (DTBS)

完成「校内工作坊」，十门必修课及「专案」，并通过评核者，可获颁发「数字化转型与企业战略研究生文凭」。

1	<p>校内工作坊 Residential Workshop</p>
2	<p>商业思维与数字化经济 Business Thinking and Digital Economy</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 新数字化经济</li> <li>● 新兴技术和商业应用</li> <li>● 数字化时代的商业思维</li> <li>● 数字化转型</li> </ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 辨识数字化经济中的主要趋势和业务成功因素;</li> <li>● 设计合适方法以联系企业业务和新兴机遇;</li> <li>● 运用分析框架和工具撰写企业增长方案;</li> <li>● 评估企业数字化计划的可行性和适用性。</li> </ul>
3	<p>数字化时代的商业战略 Business Strategy in the Digital Age</p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 制定数字化战略</li> <li>● 数字化营销战略</li> <li>● 数字化协作</li> <li>● 数字化变革</li> </ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 根据企业现有条件制定合适的战略计划;</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>● 解释战略例子及其使用方法；</li><li>● 在宏观层面上对外部环境和影响因素进行详细分析；</li><li>● 运用及时资讯以解读竞争对手，供应商和合作伙伴的特性；</li><li>● 利用数据和支持证据证明战略计划的成效；</li><li>● 在企业内部建立战略规划小组。</li></ul>
4	<p><b>数字化营销与品牌 Digital Marketing and Branding</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 数字化媒体的崛起</li><li>● 资料驱动的市场营销策略</li><li>● 社交媒体和 KOL 营销</li><li>● 内容营销和故事讲述</li><li>● 互动体验和品牌忠诚度</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 理解数字化媒体的崛起和对品牌建立的影响，能够解释数字化媒体的定义、范畴和趋势，并分析其在品牌建立中的重要性；</li><li>● 有效掌握资料驱动的市场营销策略，能够收集、分析和应用资料来制定营销策略，并了解资料隐私和伦理问题；</li><li>● 熟悉社交平台和 KOL 营销，有效评估不同社交媒体平台的选择和管理，并制定有效的 KOL 营销策略，同时能够监测和评估其效果；</li><li>● 制定互动体验和品牌忠诚度的内容，透过设计互动体验，并理解互动体验对品牌忠诚度的影响，并能够监测和评估其效果和回馈。</li></ul>
5	<p><b>数字化供应链管理 Digital Supply Chain Management</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 数字化供应链的特点</li><li>● 创建一个及时回应的供应链</li><li>● 以客户为中心的平台方案</li><li>● SCM 3.0</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 辨别数字化供应链管理成功的关键因素；</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>● 评鉴及采用合适的数字化技术，使供应链管理发挥更高效率；</li><li>● 制作数字化供应链的蓝图；</li><li>● 引证合作伙伴的正确属性；</li><li>● 在现有供应链管理中整合数字化措施并优化其表现；</li><li>● 创建富有竞争优势的数字化供应链。</li></ul>
6	<p><b>数字化客户体验管理 Management of Customer Experience in the Digital Realm</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 数字化客户体验</li><li>● 数字化体验元素</li><li>● 数字化客户体验设计</li><li>● 客户体验成熟度模型</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 分析及阐明在数字化世界中客户体验至关重要的策略因素；</li><li>● 选择正确的数据收集工具和分析框架；</li><li>● 阐述优化客户体验的不同方法；</li><li>● 批判性地评估行业的领先实践模式；</li><li>● 制定评估现有客户体验水准的内部流程；</li><li>● 提出具体及有效的优化客户体验计划；</li><li>● 运用明确的证据和分析来支持拟定的计划。</li></ul>
7	<p><b>开放式创新与商业竞争力 Open Innovation and Business Competence</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 创新过程</li><li>● 开放式创新基础测试原型</li><li>● 创新生态系统的形成</li><li>● 企业竞争力的创新纸原型与用户测试</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 阐述开放式创新对企业竞争力的重要性；</li><li>● 分析开放式创新的成功关键因素；</li></ul>



	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 评估情势，制定增强企业商业能力的策略；</li> <li>● 为企业设计开放式创新的方案；</li> <li>● 评估开放式创新对企业竞争力的效果。</li> </ul>
<p>8</p>	<p><b>敏捷管理与创新 Agile Management and Innovation</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● “Agile-Scrum” 框架</li> <li>● 专注和扩散创新</li> <li>● 敏捷(Agile)方法论</li> <li>● 跨学科资源管理</li> </ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 批判性地评估企业将想法注入产品的执行办法；</li> <li>● 深入分析「敏捷(Agile)的成功应用」对关键利益攸关者的重要性；</li> <li>● 把 SPRINT 和 SCRUM 概念注入现行生产方法，提升效能；</li> <li>● 通过敏捷(Agile)开发方法制定切实可行的框架，提升企业的管理与创新；</li> <li>● 提升企业现行模式的高效回应和效率；</li> <li>● 评估敏捷(Agile)管理的实施进度。</li> </ul>
<p>9</p>	<p><b>数字化技术与 AI 应用 Digital Technology and AI Applications</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 数字化技术基础</li> <li>● 人工智能基础</li> <li>● AI 应用领域</li> <li>● 数字化技术与 AI 的伦理与社会影响</li> </ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 阐述数字化技术基础，从而了解数字资料的生成、储存和处理方式，以及不同数字化工具和技术的运作原理；</li> <li>● 构建人工智能平台，熟悉机器学习、深度学习和自然语言处理等常见的人工智能技术和应用；</li> <li>● 审查、评估数字化技术和 AI 在不同领域的应用，数字化技术和人工智能在金融、医疗、制造等不同领域中的实际应用场景；</li> </ul>



	<ul style="list-style-type: none"><li>为企业了解数字化伦理和隐私保护问题，并学习遵守相关道德和法律准则的重要性。</li></ul>
10	<p><b>数字化组织能力 Digital Organisation Capabilities</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>数据驱动的数字洞察</li><li>综合客户体验</li><li>数字化营销</li><li>数位启用操作</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>批判性地审查当前数字化和非数字化的核心组织能力;</li><li>设计由数据驱动和与客户相关的新企业能力;</li><li>制定有效与关键利益攸关者的沟通计划以谈论企业新能力;</li><li>拟定计划以整合新数字化能力，专业知识及专业人员;</li><li>监控和评估新做法对业务的影响。</li></ul>
11	<p><b>数字化无形资产与知识产权 Digital Intangible Asset and Intellectual Property</b></p> <p>课程内容:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>数字化对知识产权的影响</li><li>知识产权产生和保护</li><li>无形资产管理与利用</li><li>数字诉讼</li></ul> <p>完成本单元后，学生应该能够:</p> <ul style="list-style-type: none"><li>阐述数字化时代的重要法律考虑;</li><li>构建知识产权组合，为企业制定相应的保护方案;</li><li>审查、评估企业知识产权与其他无形资产;</li><li>预防数字化时代企业知识财产的法律风险;</li><li>帮助企业制定知识产权受到侵害的救济方案;</li><li>为企业设计数字化时代的无知识产权及其他无形资产的管理方案。</li></ul>



12	<p><b>专案 Final Project</b></p> <p>学员需要综合运用从本课程首 11 个单元所吸取的知识和技术去完成小组习作（专案）（每集约 4 至 7 人）。学员需要拟定习作的主题和研究方法，并依此寻找及收集有关参考资料和数据，准备一份不少于 1,000 字的专案建议书。另，小组成员亦需个别完成一份自我反思及学习成果汇报。之后，须对专案建议书作 30-40 分钟的口头报告，并由教师及同学作出不少于 30 分钟的提问和点评。同时，亦要对其他小组口头报告作出点评和建议。除此之外，小组还需要出席由教师主持的咨询及简介会，并进行数据收集、研究、分析，报告撰写和口头报告的排练。每个小组成员必须参与，以完成专案期终报告（不少于 10,000 字）。</p>
----	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

注：因应课程发展需要，学院保留调整课程内容的权利。