**全球价值链研究院硕士研究生课程设计（试行）**

**一、硕士**

**1.基础课程（全校范围内选课，由不同学院的教师授课）：**

1. 中级微观经济学（中级国际贸易）
2. 中级宏观经济学（中级国际金融）
3. 中级计量经济学

**2.专业选修课（由全球价值链研究院的教师授课）：**

1. 国民经济与贸易统计核算：自编教材
2. 全球生产：企业、合约与贸易结构：教材Global Production: Firms, Contracts, and Trade Structure, Pol Antras  Princeton University Press，2016  $49.50 ISBN: 9780691168272。
3. 供应链管理（参照斯坦福商学院课程：MS&E 262: 供应链管理；OIT 364: 全球运营）。
4. 全球价值链治理与经济发展（参照杜克大学课程：SOC 342D：组织与全球竞争；斯坦福商学院课程：OIT 273: 发展中国家的价值链创新，STRAMGT 350:全球价值链战略）。
5. 电子商务与大数据（参照斯坦福商学院课程：OIT 256: 电子商务, OIT 367:大数据中的商务智能）。
6. 全球供应链与全球治理的未来（参照斯坦福大学课程：POLISCI 210G: 全球供应链与全球治理的未来）。

**二、博士**

**1.基础课程（全校范围内选课，由不同学院的教师授课）：**

1. 高级微观经济学（高级国际贸易）
2. 高级宏观经济学（高级国际金融，或开放经济中的宏观经济学）
3. 高级计量经济学（主要关注微观和产业组织方面）

**2.专业选修课（由全球价值链研究院的教师授课）：**

1. 全球生产：企业、合约与贸易结构：教材是Global Production: Firms, Contracts, and Trade Structure, Pol Antras  Princeton University Press，2016  $49.50 ISBN: 9780691168272。
2. 全球价值链的度量：理论与实践。自著教材。
3. 供应链管理（高级）（参照斯坦福商学院课程: OIT 655: 供应链管理的基础；OIT 665: 以信息为基础的供应链管理的研讨课）。
4. 全球价值链治理与经济发展（高级）（参照杜克大学课程：Soc730:全球化与发展；斯坦福商学院课程: STRAMGT 550: 全球价值链战略）。
5. 电子商务与国际贸易（参照斯坦福商学院课程：OIT 356: 电子商务；STRAMGT 517:数字商务专题）。
6. 大数据与经济学。

**附录：斯坦福商学院的供应链管理课程**

MS&E 262:供应链管理

供应链的定义；协调困难；供应链管理中的缺陷与机会；库存与服务的权衡取舍；绩效考核与激励机制。全球供应链管理；大规模定制；供应商管理。产品的设计与重新设计，供应链管理的流程；分析工具；产业应用；当前的产业政策。课程人数的上限是50，在第一次课上确定学生名单。推荐课程：260或261。

OIT 256:电子商务

这门课的重点是信息技术如何影响商业模式的结构。内容包括：信息技术对诸多行业的影响，如零售、物流、医疗和智能手机；如何利用新技术机会，以及这些技术如何改变企业、行业和价值链的结构，重点强调其中的商业问题。这门课将讲座与案例讨论相结合，任务量高于商学院的平均水平。这门课旨在帮助学生过渡到技术相关的领域。

OIT 273:发展中国家的价值链创新

这门课的主要内容是：在发展中国家中，如何利用企业家精神和价值链的创新来创造价值。包括改造价值链或设计新商业模式来创造价值的重要原则和方法。除了提供覆盖多行业、多区域的资料以外，学生还可以了解斯坦福发展中经济体创新研究院（SEED）在西非所做的一些工作。

任务和考试要求：学生要完成一份项目报告，分析如何促进价值链创新，分析对象可以是与SEED有关的投资公司，也可以是其他企业。

POLISCI 210G:全球供应链与全球治理的未来

政府为什么会决定阻止某个贸易协定，阻止外国投资者获得某个本地工厂的控制权，禁止稀土矿物的出口？如何解释？这门课认为，政府的这些决定，是政治性的；并且，利用理论和证据来说明这一点。应用包括环境商品的贸易、全球供应链和知识产权保护。这门课将在世界贸易组织的法律争议、近期关于中国崛起的讨论、跨太平洋和大西洋的特大区域贸易协定的发展的背景下，讨论这些问题。

OIT 356:电子商务

这门课关注战略和信息技术的交叉。包括如何利用新技术机会，以及它们如何影响企业、行业和价值链的结构，重点是商业问题。课程包括讲座和案例讨论，任务量高于商学院的平均水平。虽然从整体上看这门高级课程覆盖了与OIT256相同的议题，但这门课将涉及很多领域的更先进的技术。

OIT 364:全球运营

商业活动的全球化，使企业要管理分散在世界各地的供应商、集成商、合约制造商、物流服务商、分销商和服务支持运营商所形成的全球网络。企业的客户网络也分布于全球各地。这门课的主要内容是：（1）全球化企业和跨国公司如何克服地理、文化和组织上的障碍，充分利用全球网络的优势来创造价值；（2）这些企业如何在充分考虑当地优势与劣势的基础上，扬长避短，在不同地区采用不同的方式来管理运营。这门课将会以跨国公司所使用的创新战略与手段的案例为基础，展开分析。

OIT 367:大数据中的商务智能

这门课旨在使用大数据分析现实世界的情况，主要是在何种情况下可以获得显著的竞争优势；并且特别注意对数据的使用和潜在的缺陷。学生的任务是开发与商业有关的问题，然后运用大型数据集来解决这些问题。问题涉及广告、电子商务、金融、医疗、市场营销和收益管理等方面。学生要学习使用数据分析软件（如R和SQL）来了解决策是如何形成的。课程内容包括统计建模、机器学习和数据驱动决策的基本原理。学生应运用数学符号、代数、微积分、概率和基本统计，来对问题进行分析。

OIT 562:供应链管理与技术

这门课对企业使用的8种技术进行综述，包括：ERP（企业资源规划）、EAI（企业应用集成）、数据挖掘、云计算、电子商务、射频识别/近场通信（RFID/NFC）、移动技术、社会网络数据分析。对于本课程的每个话题，我们都讨论背后的技术，并用很多商业案例来说明其应用。

OIT 563:供应链管理与技术的高级话题

这门课将邀请一些演讲嘉宾，讨论现实中使用不同技术的企业。学生在课前要阅读指定的材料，在课堂上应与嘉宾进行讨论。这门课有助于学生了解如何整合不同的技术来为最终用户创造价值。学生需要自行阅读材料，对每种技术有基本的了解，在课堂上我们不会就技术本身进行讨论。

OIT 643:供应链管理的专题

要在当今的市场竞争中立于不败之地，企业需要有效地管理经营活动，提高效率，包括设计、制造、分销、服务以及从消费者处回收产品或服务。供应链管理是指，在由供应商、制造商、分销商和消费者组成的网络中，管理材料、信息和资金的流动。在企业内部和企业之间协调和整合这些流动，是有效供应链管理的关键。在行业新实践和新概念不断涌现的同时，也有越来越多的研究关注：（1）用新技术构建新流程和供应链网络；（2）探索规划和决策方法；（3）量化由此得到的收益；（4）当供应链上有多个参与者且不同参与者的成本和收益不同时，校准激励机制。这门课将讨论关注上述话题的研究的进展。包括讨论设定问题、构建模型和进行分析的方法，来解决以信息为基础的供应链管理的相关问题。学生要思考、讨论、分享这些问题，并且要展开辩论。通过这门课的学习，最终希望我们可以开始定义新的、有趣的、令人兴奋的研究路径，并且开始沿着这些研究思路展开研究。

OIT 655:供应链管理的基础

这门课对供应链管理（SCM）的相关研究进行综述。课程包括3部分内容。第一部分是，通过阅读经济学、信息技术和运营方面的指定文献，回顾供应链管理相关研究的基本工具。第二部分是对供应链管理的文献进行回顾和评论，主题包括库存模型、信息共享、信息失真、合约设计、一体化的价值、绩效评估、风险管理以及市场采购。最后一部分是供应链管理研究的最新进展。

OIT 665: 以信息为基础的供应链管理的研讨课

这门研讨课重点关注在供应链管理中精明地使用信息的相关研究进展及前沿研究。技术的进步，如实时信息系统、决策支持方法、互联网和移动技术如RFID（射频识别）提高了可视度和结构变化，进而导致供应链绩效有显著改进。在讨论行业新实践和新概念的发展的同时，本课程也会讨论以下方面的最新研究：（1）用新技术构建新流程和供应链网络；（2）探索规划和决策方法；（3）量化由此得到的收益；（4）当供应链上有多个参与者且不同参与者的成本和收益不同时，校准激励机制。

STRAMGT 350:全球价值链战略

这门课关注的问题是：越来越多的企业使用或提供外包和“离岸外包”，这些企业如何建立起一个可持续的竞争优势。通过学习本课程，对于供应链网络中的企业，学生可以使用一个框架和一组概念对其进行战略优势定位。很多课程和教材中都谈到了企业在产品市场中的定位和战略分析。本课程的一个与众不同之处在于，它解决的是企业作为供应商、买家和卖家、要素市场等庞大网络的一部分的定位和战略分析。本课程从综合管理的视角出发，通过案例分析以及与访问嘉宾的讨论来提供一些例证。本课程的主题是：这些企业必须认真考虑如何同时在产品市场和要素市场中给自己进行定位。

STRAMGT 517:数字商务专题

这门课引导学生进行深入的项目研究，研究重点是数字商务的案例，学生可以个人或者组队选择研究问题。研究项目的框架，必须使用经济学和战略分析的原理。本课程会回顾并评论平台市场经济学的概念框架，如规模经济、网络效应、新企业的进入战略和老企业的防御战略。可能的议题包括金融技术、虚拟货币、网络交易市场、共享经济、网络广告及广告技术、大数据和分析。

STRAMGT 550:全球价值链战略

这门课分析企业如何构建和利用其价值链，使其成为一种竞争战略。构建价值链涉及一些决策，如垂直整合，这要求企业获得关键的供应或客户业务，又如剥离一项内部业务或外包一项关键业务，或者与具有相似产品、服务或市场的另一家企业合并。利用价值链是借助价值链推动产品创新、产品开发和发布、创建新渠道或开拓新市场。本课程从高级管理的视角出发（可能是C级高管），讨论如何围绕上述价值链问题来制定战略。

经济学课程：

全球生产：企业、合约与贸易结构，Pol Antràs,哈佛大学

《全球生产》是第一本对跨国公司所面临的复杂问题及其全球采购战略进行完整、综合分析的书。当前，很少有国际贸易是对最终产品进行交易。相反地，大部分的贸易都是以销售各个组件和提供中介服务为主。很多企业组织全球生产，将零部件和服务离岸外包给遥远国家的生产者，而且拟定的合约适用于各方及不同的法律制度。Pol Antràs检验了国际生产体系中出现的合约摩擦，以及这些摩擦如何影响世界经济。

Pol Antràs讨论了在合约谈判及执行中难以避免的复杂问题。他提供了一个统一的框架，其中指明了哪些因素会帮助全球化企业确定生产地点和其他组织决策。他也使用美国海关和普查办公室的近期数据，进行了一系列系统的实证检验，证明了合约因素在全球生产决策中的相关性。

对于对国际经济与贸易的内部运作感兴趣的研究人员、研究生和高年级本科生而言，《全球生产》这本书使用了综合性的分析方法，是一个精品资源。

高级国际贸易：国际经济学专题（ECO2304H），Daniel Trefler, 多伦多大学。