

職能單元代碼	KMA5R0134v2
職能單元名稱	市場研究
領域類別	行銷與銷售/市場分析研究
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、進行案頭研究以蒐集市場背景資訊：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 使用適當來源【註1】進行初步案頭研究，以蒐集市場背景資訊 2. 確認資訊蒐集和整理工具及方法的選擇方案 3. 決定並取得對於市場研究文件報告格式的批准同意 4. 按照組織程序以准許的格式【註2】報告初步研究結果 <p>二、開發研究方法和目標：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 發展市場研究的假設和研究目標 2. 確認量化數據的選擇 3. 確認市場研究的方法【註3】，並且決定、發展、測試並修正所需的調查工具【註4】 4. 決定並測試數據萃取、整理和分析的方法 <p>三、招募受訪者：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 解釋市場研究計畫以確認潛在受訪者【註5】及其條件 2. 確認受訪者符合研究和組織之需求【註6】 3. 按照研究方法和組織要求招募受訪者 <p>四、蒐集來自受訪者的數據和資訊：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 準備並安排蒐集數據的資源【註7】 2. 使用調查工具蒐集數據和資訊 3. 按照組織程序記錄所蒐集的數據和資訊 4. 按照組織程序，儲存並保護調查資訊和數據 <p>五、分析研究資訊：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 檢閱【註8】所蒐集數據和資訊的品質 2. 選擇適當技術【註9】以總結數據和資訊 3. 設計軟體檔案【註10】以輸入數據和資訊 4. 使用適當的研究設計方法處理數據 5. 解釋並總計數據和資訊【註11】(包括分類【註12】)，以提供相關之研究目標 <p>六、準備研究報告：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 整理並評估結果對於研究目標的相關性和有效性

	<p>2. 準備研究報告【註13】</p> <p>3. 按照組織程序，與相關人員和利害關係人溝通研究結果</p>
<p>職能內涵 (K=knowledge 知識)</p>	<p>一、來自政府各種形式影響企業營運面向的法律、工作守則和國家標準的關鍵規定</p> <p>二、個人資料保護法行銷溝通概念和流程</p> <p>三、市場研究原則和實務</p> <p>四、機構的要求或其他參考格式或書面溝通的協議</p>
<p>職能內涵 (S=skills 技能)</p>	<p>一、與多元文化背景以及多元能力的人聯繫溝通技能</p> <p>二、分類、儲存和取得市場研究資訊的資訊管理技能</p> <p>三、概念化、測試和精緻化及質化和量化問卷及其他工具的創新和創造力技能</p> <p>四、準備包含複雜構思報告的讀寫技能</p> <p>五、查探找出資訊來源、設計並分析市場研究策略的研究和數據蒐集技能</p>
<p>評量設計參考</p>	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 開發並執行市場研究調查工具 2. 按照組織程序，準確紀錄並安全地儲存調查數據 3. 使用一系列方法以分析市場研究資訊 4. 在研究報告內，書面化研究活動和結果 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 得辦公室設備和資源，包括電腦硬體和軟體 2. 取得範例調查工具和最近使用調查工具 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 對於個案研究和情境的分析 2. 調查工具的研究 3. 直接詢問由受評者工作績效證明和第三方工作場所報告文件所組合而成的評量 4. 數據蒐集技術的觀察 5. 市場研究結果簡報的觀察 6. 口頭或書面質詢以評估知識和理解 7. 來自職場或訓練環境鑑定文件的評量 8. 來自團隊成員、同事、主管和經理人分享評語的評量
<p>說明與補充事項</p>	<p>【註1】市場背景資訊之適當來源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 來自公開 (包括在網路上)出版的資訊和數據：

	<ul style="list-style-type: none"> ■ 文章和廣告 ■ 商業顧問 ■ 客戶和供應商 ■ 會議 ■ 政府機構 ■ 產業協會和商業媒體 ■ 其他研究專案 ■ 來自貿易或專業協會年鑑的報告 ■ 給監管機構或贊助機構的報告 ■ 演講 ● 企業資訊，如： <ul style="list-style-type: none"> ■ 銷售數據 ■ 出席人數 <p>【註2】報告格式可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 敘述性報告 ● 口頭簡報 ● 視覺輔助，如： <ul style="list-style-type: none"> ■ 圖表 ■ 照片 ■ 表格 <p>【註3】市場研究的方法可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 品牌資產研究 ● 品牌測試 ● 概念測試 ● 消費者決策流程研究 ● 深度訪談 ● 描述性技術 ● 實驗性技術 ● 焦點團體 ● 神秘客 ● 觀察性技術 ● 投射技術 ● 質化研究 ● 量化研究
--	--

	<ul style="list-style-type: none">● 隨機抽樣 <p>【註4】調查工具可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 講義● 一對一討論● 投影幻燈片● 問卷● 小組團體討論 <p>【註5】潛在受訪者可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 現在、過去或潛在顧客● 關鍵利害關係人● 從名單或名錄確定的人● 員工 <p>【註6】研究和組織之需求可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 法律要求● 受訪者需求符合人口統計或地理學上標準● 受訪者需求代表組織、具有特定專業或知識，或符合其他標準● 品質保證政策和程序● 抽樣的統計有效性要求 <p>【註7】蒐集數據的資源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 適當的場地和房間● 桌椅、音頻和視聽設備、茶點的安排● 音頻- 視頻紀錄和顯示裝置● 電信設備和設施 <p>【註8】檢閱可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 確認數據：<ul style="list-style-type: none">■ 面試的真實記錄■ 準確■ 充分表達■ 真實可靠■ 完成■ 非杜撰偽造● 確保其他所蒐集的數據和資訊受到閱讀並理解指示說明說
--	---

	<ul style="list-style-type: none">● 保存數據來源、著作權和隱私訊息的記錄● 拒絕不充分的數據並重新調查以克服差距● 報告資深人員在數據蒐集的議題和問題● 如有需要，與受訪者驗證訪問的記錄 <p>【註9】適當技術可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 圖表和表格● 變異係數● 平均數● 中位數● 眾數● 百分數● 敘述性註釋● 全距● 標準差● 統計細節分析● 統計概述● 變異數 <p>【註10】軟體檔案可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 資料庫● 試算表● 詳細說明標題結構、內文和表格格式的文字處理程式 <p>【註11】解釋並總計數據和資訊可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 根據原始數據的初步處理，發展更進一步假設，並進行統計測試的檢驗● 匯集數據或資料集● 使用一般或專業軟體進行原始數據的統計分析 <p>【註12】分類可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 具有標題和副標內容的初步報告表格● 以適當格式的數據表格，分析型態● 藉由人口統計或心理變數的特徵，發展基礎市場區隔分類 <p>【註13】研究報告可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 詳細數據分析● 方法的說明解釋
--	--

	<ul style="list-style-type: none">● 關鍵的觀察和發現結果● 數據的關鍵總結● 建議和執行的議題● 未來研究的建議
--	---