

職能單元代碼	KMA6R0249v2
職能單元名稱	預測國際市場需求
領域類別	行銷與銷售/市場分析研究
職能單元級別	5
工作任務與行為指標	<p>一、蒐集市場情報：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 透過人脈網絡交流和參加活動(貿易展覽會、研討會、專業發展活動)，蒐集並記錄市場情報 2. 確認並取得市場情報的來源管道【註1】 3. 評估提供市場情報的商業組織是否具參考價值，並評估市場情報的品質，以視需要取得所需情報 4. 整理和分析目標市場與組織的國際商業活動之相關性和適用性，並進行行銷績效評估【註2】 <p>二、評量企業目前的績效和能力：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認核心活動、客戶群、企業價值和現有營運方向 2. 確認目前和過去國際行銷【註3】績效、市場定位之成效 3. 在所有業務領域【註4】評估績效數據【註5】，以確認與國際商業活動有關的優劣勢和關鍵成功因素 4. 確認並評估目前的資本和資源【註6】，以確認在國際市場中的改善或開發空間 5. 辨識在國際市場中表現欠佳的產品或服務，以進行重新開發或撤出 6. 確認企業在國際市場的優勢與目前競爭地位 <p>三、評估特定市場：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認並分析會影響國際商業活動的趨勢和發展【註7】，及其對企業的可能影響 2. 蒉集並分析比較性之國際市場資訊【註8】，以作為評量企業績效的基礎 3. 分析現有和潛在競爭對象、競爭產品或服務的國際市場績效，以確認在國際商業市場中的潛在機會【註9】或威脅 4. 確認及取得情報來源管道，提前發現新產品、服務、科技或國際新市場 5. 確認並分析國際市場的法規、道德規範和環境限制【註10】，及其對國際商業活動的影響 <p>四、記錄企業如何滿足目標市場的現有和新興需求：</p>

	<ol style="list-style-type: none"> 1. 確認、分析並記錄組織和競爭對手目前未滿足國際市場需求的服務 2. 確認對組織優勢或能力有正面關聯的國際市場變動 3. 根據組織需求，比較成果預測方法【註11】的優缺點並挑選方法 4. 根據適用的資訊來預期和確認新興國際市場的需求 5. 根據所需變革，確認企業需求以改善績效或因應國際市場機會
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> 一、對於可能影響國際商業活動的國際事件，具備文化、歷史、政治、經濟與整體層面的知識 二、市場分析工具 三、可能影響商業運作的各種政府、標準和規範的相關法規。 四、預測所使用的軟體程式和電子媒介 五、國際市場資料的外部和內部來源管道 六、企業在國際市場中所銷售的產品或服務範圍
職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none"> 一、評估現有企業績效的分析技能 二、適時適地和不同背景及不同技能的人交流的溝通技能 三、進行市場預測時蒐集和分析國際市場和企業需求的評估與評量技能 四、預測技能 五、撰寫具複雜構想和概念的報告的讀寫技能 六、市場分析技能 七、使用各種軟體來進行預測的科技技能
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 進行分析以預測國際市場和企業需求，包括： <ol style="list-style-type: none"> (1) 市場情報的收集 (2) 目前企業績效和能力的評量 (3) 特定的國際市場的評估 2. 撰寫有關企業如何滿足目標國際市場的現有和新興需求的報告 3. 具備市場分析工具的知識 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 實際工作場域或模擬環境 2. 辦公設備與資源

	<p>3. 相關的資訊來源管道</p> <p>4. 工作場域相關文件</p> <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 直接提問，搭配證據的檢閱以及受評者工作績效的第三方報告2. 所有企業部門績效數據的評量3. 分析受評者對個案研究及情境所做出的回應4. 觀察受評者收集市場情報所使用的方法5. 進行口頭或書面提問，以評量受評者對國際市場資料的外部和內部來源管道的了解程度6. 受評者對於影響國際商業活動的趨勢和發展，及其對企業的可能影響所做的分析7. 受評者對新興國際市場的需求所做預測的評量
說明與補充事項	<p>【註1】來源管道可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 商業顧問服務● 由專家和顧問提供市場情報的商業來源管道● 資料庫● 金融機構● 臺灣商務處、政府機構和商會的資訊● 網路● 新的人脈網絡機會● 官方統計● 同事● 專業/貿易協會和出版物 <p>【註2】評估可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 比較性分析● 競爭性分析● 生命週期模型● 產品組合分析● 優勢劣勢機會威脅(SWOT)分析● 價值鏈分析 <p>【註3】行銷可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 企業對企業行銷● 直效行銷

	<ul style="list-style-type: none">● 電子商務● 概念行銷● 商品行銷● 公部門行銷● 服務行銷● 電話行銷 <p>【註4】業務領域可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 財務部● 行銷部● 海外代表或組織的分公司● 人事部● 生產製造部 <p>【註5】績效數據可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 事故● 投訴● 覆蓋率● 故障● 市佔率● 製造時間和成本● 利潤● 銷售● 份額● 保固 <p>【註6】資本和資源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 情境因素，例如：<ul style="list-style-type: none">■ 24小時營運■ 商業設備的使用年份和年限■ 與目前生產量有關的設備性能■ 通訊■ 與企業需求有關的員工職能■ 人力和財務資源■ 勞資關係環境■ 科技程度■ 地點/位置
--	---

	<ul style="list-style-type: none">■ 運輸配送管道● 無形資產，例如：<ul style="list-style-type: none">■ 品牌■ 好感因素■ 形象■ 被認知的品質或價值■ 服務■ 社會接受度■ 風格
	<p>【註7】趨勢和發展可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 科技變化● 人口趨勢● 生態/環境趨勢● 經濟趨勢(地方性、區域性、全國性、國際性)● 政府措施，例如利率、放寬管制● 產業趨勢● 政治活動(戰爭、國際衝突、即將舉行的選舉)● 社會和文化因素
	<p>【註8】比較性之國際市場資訊可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 以國內績效為基準● 最佳範例的資訊● 企業間的比較數據● 以國際為基準
	<p>【註9】機會可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 考慮商標、專利和標準認證的申請和成本● 合作經營● 擴張或改變現有業務● 加盟經營● 合資經營● 在現有市場推出新產品或服務● 在新的國際市場或是在現有國際市場中的其它區域推出新產品或服務● 新產品或服務在現有市場中的市佔率成長的潛力● 策略聯盟

	<p>【註10】法規、道德和環境限制可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 台灣、國際和當地的法規與道德義務情境● 工作守則● 文化期望和影響● 道德原則● 法律● 政策和指南● 法規● 社會責任，例如兒童保護、環境議題● 社會期望 <p>【註11】預測方法可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 由下往上預測● 德菲技術● 模型建立● 預估● 情境規劃● 意願調查● 由上往下預測
--	---