

職能單元代碼	KMM4R0387v3
職能單元名稱	市場分析
領域類別	行銷與銷售/行銷管理
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、確認市場分析範疇</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認蒐集市場資訊目的、需求與數據途徑。 2. 依組織產品定位或客戶需求，蒐集市場資訊及行銷相關法令規範，並判別所獲得資訊的適用性及可用性。 3. 蒐集行銷活動歷史資訊（如銷售數據及行銷成果報告等）。 <p>二、確認市場定位及目標對象</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 分析組織或客戶所需行銷標的物之優勢及劣勢，以決定其之市場定位。 2. 分析組織所面對之機會及威脅，確認競爭策略並找出相關優勢行銷標的物。 3. 依行銷標的物之市場定位，找出潛在客群並確認其偏好及需求。
工作產出	<ul style="list-style-type: none"> • 分析報告
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> • 產業現況及發展趨勢 • 政治、經濟、社會與文化概論 • 市場分析方法 • 行銷相關法令規範 • 行銷管理 • 財務報表概念 • 組織政策及流程 • 統計方法 • 競品分析 • 消費者行為
職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none"> • 市場資料蒐集及判別 • 內外溝通協調 • 行銷資訊科技運用能力 • 市場資料分析 • 數據統計及分析 • 市場定位分析

	<ul style="list-style-type: none"> • 客群分析
說明與補充事項	<ul style="list-style-type: none"> • 行銷相關法令規範：如公平交易法、廣告物管理辦法、消費者保護法、個人資料保護法、反歧視相關法規（如身心障礙者權益保障法）、智慧財產權（如著作權法、商標法、專利法、營業秘密法等）等。