

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"> <li>確認蒐集市場資訊目的、需求與數據途徑。</li> <li>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。</li> <li>蒐集行銷活動歷史資訊（如銷售數據及行銷成果報告等）。</li> </ol> <p>二、確認市場定位及目標對象</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>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。</li> <li>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。</li> <li>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。</li> </ol>
工作產出	<ul style="list-style-type: none"> <li>分析報告</li> </ul>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> <li>產業現況及發展趨勢</li> <li>政治、經濟、社會與文化概論</li> <li>市場分析方法</li> <li>行銷相關法令規範</li> <li>行銷管理</li> <li>財務報表概念</li> <li>組織政策及流程</li> <li>統計方法</li> <li>競品分析</li> <li>消費者行為</li> </ul>
職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none"> <li>市場資料蒐集及判別</li> <li>內外溝通協調</li> <li>行銷資訊科技運用能力</li> <li>市場資料分析</li> <li>數據統計及分析</li> <li>市場定位分析</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>• 客群分析</li></ul>
<b>說明與補充事項</b>	<ul style="list-style-type: none"><li>• 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。</li></ul>