

表 A8-3 服飾設計管理系專業能力與科目對照表（第二類代表性工作職稱：行銷管理人員）

職責	任務	專業技術及安全知識	專業基礎知識	實習實驗科目	專業理論科目
P-2-1 行銷與管理的研究分析	P-2-1-1 行銷市場管理定位	<ol style="list-style-type: none"> 1. 確認公司行銷定位程序 2. 蒐集市場市場競爭者及顧客資訊 3. 進行行銷策略定位各階段分析 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解資訊蒐集方法 	市場調查與分析 時尚產業概論	行銷管理
	P-2-1-2 企業管理理論與架構	<ol style="list-style-type: none"> 1. 選定評估行銷策略可行性的標準 2. 根據組織外行銷環境因素，評估行銷策略的可行性 3. 根據組織內的人力資源及實體資源分析行銷策略的可行性 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解組織外行銷環境的因素(社會、人口、經濟、科技…等) 2. 瞭解組織內可用的行銷資源 	消費者行為 專題探討	企業管理 零售店經營管理
	P-2-1-3 行銷之市場現況與研究	<ol style="list-style-type: none"> 1. 熟悉收集市場資料之調查方法 2. 確認出公司產品之市場競爭者 3. 透過各種管道蒐集競爭品之產品、價格市場資料 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解市場資訊研究方法 	流行資訊介紹 服裝動態展示企劃	行銷管理 消費者行為 廣告學
	P-2-1-4 流行行銷計劃	<ol style="list-style-type: none"> 1. 分析消費者購買行為與購買決策 2. 執行消費者決策過程 3. 分析消費者購買後行為 4. 分析及歸納不同消費者之消費屬性 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解消費者購買行為與決策 2. 瞭解消費者決策過程 3. 瞭解消費者購買後行為 	市場調查與分析 專題探討	行銷管理 消費者行為 全球時尚事業經營管理 服飾採購
	P-2-1-5 規劃及選擇適當的行銷策略	<ol style="list-style-type: none"> 1. 根據策略分析程序執行目標市場之策略分析 2. 進行市場機會點分析 3. 運用行銷組合概念、產品組合矩陣及策略機會矩陣進行策略規劃 4. 建立最佳策略選擇準則以選擇策略 	<ol style="list-style-type: none"> 1. 瞭解組織競爭策略理論知識 2. 瞭解組織經營策略理論知識 3. 瞭解目標市場策略內容 4. 瞭解行銷研究計畫進行步驟 5. 瞭解市場機會點分析、行銷組合概念、產品組合矩 	專題探討 銷售技巧實務	零售店經營管理

			牌、策略機會矩陣		
P-2-2 流行商品展示企劃	P-2-2-1 流行商品展示企劃	1. 蒐集目標顧客的相關資訊 2. 確認出目標顧客的需求 3. 分析出目標顧客尚未被滿足的需求	1. 瞭解目標顧客與市場區隔	專題探討 流行資訊介紹 店面規劃	行銷管理 市場調查與分析
	P-2-2-2 流行商品展示企劃之執行	1. 撰寫分析報告書 2. 將內外部環境分析結果作有系統的陳述		商品企劃 專題探討	
	P-2-2-3 評估行銷廣告的效能	1. 建立評估行銷廣告效能的效標 2. 分辨不同評估廣告效能的模式	1. 瞭解廣告與市佔率、消費者、品牌忠誠度、商品屬性間的關係 2. 瞭解及選定評估廣告效能的模式	專題探討 流行資訊介紹 店面規劃	行銷管理 行銷學導論 商品企劃
P-2-3 經營管理規劃	P-2-3-1 根據組織策略，進行各部門的經營策略之內容規劃	1. 針對企業內作業與資訊流程進行分析 2. 根據組織策略規劃部門政策 3. 協調與整合各部門經營策略	1. 瞭解企業內作業與資訊流程 2. 具備協調各部門經營策略的能力	專題探討	企業管理 零售店經營管理
	P-2-3-2 安排及規劃部門，工作職責與任務	1. 各種規劃的工具、理論與技術 2. 安排及指派人員工作職責 3. 劃分各部門工作職責	1. 瞭解流程規劃理論 2. 具備運用各種規劃的工具與技術的能力	零售店經營管理 消費者行為	企業管理