

## 印刷及出版業 《能力標準說明》 能力單元

### 「顧客 / 消費者關係」職能範疇

名稱	制訂印刷品市場策略
編號	106273L5
應用範圍	於印刷市場部及營業部，管理層運用印刷市場策略的分析工具，制訂有效的印刷市場策略，確立印刷公司市場的有效定位等工作。
級別	5
學分	6（僅供參考）
能力	<p>表現要求</p> <p>1. 瞭解影響印刷品市場策略及定位的環境因素</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 瞭解國際、所在地的政治、經濟、科技、社會、環保、潮流的現狀等發展趨勢</li> <li>• 評估上述環境因素對印刷品市場策略及定位的影響</li> <li>• 掌握印刷品市場的週期性及相應的營銷措施</li> <li>• 瞭解印刷品市場營銷策略的制訂過程及方法</li> <li>• 運用印刷市場營銷策略的分析工具</li> <li>• 瞭解數碼印刷市場發展狀況</li> </ul> <p>2. 根據以上的知識，運用印刷市場策略的分析工具，能夠分析平、凹、凸、絲印和數碼印刷在印刷品市場的佔有率，評估印刷品市場的顧客來源及競爭對手等狀況及發展趨勢，從而制訂印刷品市場的營銷策略，並確立公司在印刷市場的有效定位。</p> <p>3. 能夠全面協調市場部及營業部的運作，透過制訂有效的印刷市場策略，監察部門員工的表現，確立企業在印刷品市場的有效定位</p>
評核指引	<p>此能力單元的綜合成效要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• 能夠運用印刷市場策略的分析工具，制訂有效的印刷市場策略，確立公司在印刷市場的有效定位。</li> </ul>
備註	此能力單元之學分值假設學員已擁有印刷企業營運管理的知識。