

學生基本能力指標

(一) 學生一般能力構面及量測指標

能力種類	能力構面	量測指標
一般能力	G-1-1 表達與創意 G-1-2 內省與關懷 G-1-3 人文與思維 G-1-4 科學與邏輯	G-1-1-1 能有效運用口頭語言、書面文書清楚表達自己的想法和他人的意見。 G-1-1-2 能運用適當工具與方式表述資料，且表述的內容論述與結構皆完整。 G-1-1-3 能有創意性的表述，並清楚傳達自己的想法。 G-1-1-4 表述的內容具有獨創見解，並與接收者可以進行有效的溝通與論辯。 G-1-2-1 能進行內觀反省，了解自己的優、缺點，並據此作出適當的行為。 G-1-2-2 能藉由內觀反省，了解周遭人的感受，對群己、環境主動表現出關懷。 G-1-2-3 能對群己、環境的關懷產生價值感，成為態度。 G-1-2-4 能具有持久且一致主動關懷環境、群己，推己及人的品格。 G-1-3-1 能瞭解人文、社會學的基本概念與理論。 G-1-3-2 能基於人文、社會學的基礎認識，將此知識解釋人文社會的現象，並舉例說明。 G-1-3-3 能在生活中運用人文、社會學的知識，思辨、分析、批判探討人類與社會現象。 G-1-3-4 能覺知人文涵養教育所引發的心靈感動，欣賞、體悟多元文化與人文內涵之美。 G-1-4-1 能認識科學方法與科學精神的基本論述及主要內涵。 G-1-4-2 能運用多種思考方法，思索事務變化的因果和形式，探討事物間邏輯性關聯。 G-1-4-3 能依據邏輯推理原則，進行批判性思考。 G-1-4-4 能運用邏輯推理、批判性思辨能力，運用於生活與工作之中。

(二) 學生專業能力構面及量測指標

能力種類	能力構面	量測指標
專業能力	P-1-1 行銷企劃能力 P-1-2 行銷問題解決 P-1-3 銷售溝通能力 P-1-4 商業知能 P-2-3 顧客經營能力 P-3-5 商品經銷決策能力	P-1-1-1 能蒐集市場、消費者、競爭者資訊並分析企業本身之優劣勢，擬定行銷策略。 P-1-1-2 能分析市場區隔，確認目標市場與行銷定位。 P-1-1-3 能結合商業管理知能，進行創意發想及行銷方案規劃。 P-1-1-4 能善用商業管理知能，確實執行與控管行銷方案。 P-1-2-1 能有效蒐集並彙整與行銷問題有關的內外部資料。 P-1-2-2 能確認企業所遭遇之行銷相關問題。 P-1-2-3 能善用適當分析工具評估所蒐集之資料。 P-1-2-4 可針對行銷相關問題擬定解決方案及評估可行性。 P-1-3-1 有效蒐集顧客情報，探究顧客需求之能力。 P-1-3-2 能區隔競爭產品差異，且呈現銷售商品特質之能力。 P-1-3-3 具備傾聽顧客需求的能力與技巧。 P-1-3-4 運用談判且達成交易的策略與技巧。 P-1-3-5 能具備一般商業知識，強化銷售專業之能力。 P-1-4-1 能瞭解社經態勢及全球商業發展狀況。 P-1-4-2 具備商業概念與知識，瞭解研發、生產、物流、行銷、服務……等企業運作活動。 P-1-4-3 能涵養企業家精神與創業能力。 P-1-4-4 能培養企業資源規劃與資訊科技於商業領域應用知能。 P-1-4-5 具備一般管理能力。 P-3-4-1 善用資料庫瞭解顧客差異。 P-3-4-2 善用行銷專業，吸引顧客購買。 P-3-4-3 提昇顧客價值，建立顧客關係。 P-3-4-4 持續滿足個別顧客，維繫顧客關係。 P-3-4-5 善用一般商業知識，提昇顧客關係。 P-3-5-1 規劃商品通路策略。 P-3-5-2 依據商品經銷策略，執行通路管理。 P-3-5-3 擬定並執行商品進出貨管理流程。 P-3-5-4 協助經銷商及零售通路進行銷售活動。 P-3-5-5 依據銷售結果，評估經銷策略。