XXX 中學

20xx-20xx學年

企業、會計與財務概論

主要商業功能（課堂二）– 教學筆記

姓名： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 班別： \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ 日期: \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**4. 市場營銷管理**

* 定義：
* \_\_\_\_\_客戶需求和\_\_\_\_\_營銷策略的過程
* 公司可以透過提供比競爭對手更好的商品和/或服務去滿足客戶需求，賺取利潤
* 營銷幫助公司提供能夠滿足客戶需求的\_\_\_\_\_或\_\_\_\_\_，同時賺取利潤。

**A. 市場營銷管理的主要功能**

**4.1 進行市場調查**

* 進行市場調查以\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* 識別客戶需求，預測客戶需求，評估公司營銷業績
* 探索市場\_\_\_\_\_，應對\_\_\_\_\_

**4.2 細分市場，選擇目標市場，確定市場定位**

* 將市場細分為具有\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* 評估細分市場的\_\_\_\_\_\_\_\_並選擇合適的市場
* 確定公司的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_，這可以反映公司相對於競爭對手的優勢。

**4.3 制定市場策略**

* 為滿足客戶需求和應對競爭，市場營銷部需要制定營銷策略。
* 營銷組合，也被稱為 4Ps，指的是以下四個關鍵要素:

|  |  |
| --- | --- |
| **產品 Products** | 確定公司提供的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_以滿足其目標客戶的需求 |
| **價格 Price** | 確定目標客戶為獲得產品需要\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_ |
| **分銷 Place** | 確定如何向目標客戶\_\_\_\_\_產品 |
| **推廣 Promotion** | 確定向目標客戶\_\_\_\_產品特性和\_\_\_\_並說服他們購買產品 |

* 1. **實施和控制營銷活動**
* 通過與公司內外的人員合作，將營銷計劃轉化為行動。例如與\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_一起製作廣告。
* 以不同的測量工具來\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_營銷結果。如利用\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_。
* \_\_\_\_\_營銷活動按計劃進行

**4.5 管理客戶關係**

* 與客戶保持\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_是營銷管理中一項非常重要的工作。
* 這有助於一個公司
* 吸引\_\_\_\_客戶
* 留住\_\_\_\_\_客戶
* 提高客戶\_\_\_\_\_＿

**B. 營銷管理的重要性**

* \_\_\_\_\_並\_\_\_\_\_客戶的需求
* 制定\_\_\_\_\_的營銷策略
* 比競爭對手更好地滿足目標客戶的需求
* 幫助公司與競爭對手競爭
* 產生收入
* 與客戶保持長期關係
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**5. 資訊管理**

* 定義：
* \_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_、\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_資訊以支持公司運營和決策的過程。

1. **資訊管理的主要功能**

**5.1 存儲、處理和管理業務交易數據**

* 開發一個可以存儲、處理和管理日常運營產生的業務交易數據的\_\_\_\_\_
* 數據經過處理和分析後，就變成了\_\_\_\_\_

**5.2 建立和維護資訊系統以支持其他部門**

* 建立和維護公司的資訊系統
* 讓其他部門獲得\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_的信息，以幫助他們做出決策

**5.3 建立和維護網絡系統以促進溝通**

* **建立和維護通信網絡系統**
* **例如：**
  + 以\_\_\_\_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_系統用於內部溝通
  + 用於\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_的在線存儲空間

**B. 資訊管理的重要性**

* **資訊管理對公司很重要，因為：**
* 建立和維護可以提供有用業務信息的資訊系統
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* 通過存儲、處理和管理業務交易數據來支持公司的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**6. 風險管理**

* 定義：
* \_\_\_\_\_和\_\_\_\_\_公司面臨的各種風險並製定措施以盡量減少損失的過程

**A. 風險管理的主要功能**

**1. 識別和衡量風險**

* 識別公司面臨的\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_並評估公司面臨的風險
* 公司可能面臨各種類型的風險，例如：
* 火災、員工傷亡、盜竊、機器故障、罷工、對公司的訴訟和自然災害

**2. 控制風險**

* 制定風險管理策略並選擇最合適的措施來控制和管理風險
* 公司可以使用四大風險管理策略來控制風險：
  + \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
  + \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
  + \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
  + \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**B. 風險管理的重要性**

* 識別和評估可能造成損失的風險
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_
* 採用最合適的風險管理策略
* \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

**參考資料：**

何健偉、徐首忠（2014）。 《企業、會計、財務新世界 第1冊：營商環境與管理導論（第二版）》。香港：導師出版社有限公司。

陳怡光、白祖根（2022）。《新高中 企業、會計與財務概論 商業管理2（選修部分）（第三版）》。培生。

蘇偉文、葉勁柏、郭良（2019)。《新視野企業、會計與財務概論：營商環境與管理導論》。香港教育圖書有限公司。