

成功行銷術系列課程之一(初階課程)

行銷策略與消費者購買行為

(講師:趙永祥 博士)

單元一 行銷的基本概念

- 重點 1 行銷的意義
- 重點 2 行銷組合
- 重點 3 行銷觀念的演進
- 重點 4 行銷的重要性
- 重點 5 行銷管理

單元二 行銷策略分析

- 重點 1 行銷策略的基本概念
- 重點 2 行銷策略的構成要素
- 重點 3 行銷策略的發展程序
- 重點 4 產品生命週期與行銷策略
- 重點 5 市場地位與行銷策略

單元三 行銷環境分析

- 重點 1 基本概念
- 重點 2 行銷總體環境
- 重點 3 行銷個體環境

單元四 行銷研究

- 重點 1 行銷研究之意義
- 重點 2 行銷研究之目的
- 重點 3 行銷研究之程序

單元五 消費者市場與購買行為

重點 1 基本概念

重點 2 消費者購買決策

重點 3 影響消費者購買行為的因素

單元六 組織市場與購買行為

重點 1 基本概念

重點 2 組織購買決策

重點 3 組織市場的購買決策過程

重點 4 影響組織購買行為的因素

單元七 市場區隔、目標市場與定位策略(STP strategy)

重點 1 目標行銷的意涵

重點 2 市場區隔

重點 3 目標市場

重點 4 定位策略

單元八 產品策略

重點 1 產品的基本概念

重點 2 產品決策

重點 3 品牌決策

單元九 定價策略

- 重點 1 價格的意義與角色
- 重點 2 定價決策的考量因素
- 重點 3 定價方法
- 重點 4 新產品定價
- 重點 5 價格管理
- 重點 6 定價程序

單元十 通路策略

- 重點 1 通路的重要性
- 重點 2 通路決策
- 重點 3 通路設計的考量因素
- 重點 4 通路規劃程序
- 重點 5 通路管理
- 重點 6 通路控制

單元十一 促銷策略

- 重點 1 促銷的意義與促銷組合
- 重點 2 促銷目標
- 重點 3 影響促銷組合的因素
- 重點 4 促銷組合活動的管理
- 重點 5 銷售推廣策略
- 重點 6 公共關係決策(**Public Relation**)

太陽能基本概念與認知目錄

(講師:李美娟 財管碩士)

太陽能光電系統商負責人

第一篇 太陽能基本概念與產業發展趨勢

太陽能（英語：Solar energy），是指來自太陽輻射出的光和熱被不斷發展的一系列技術所利用的一種能量，如，太陽熱能集熱器，太陽能光電發電，太陽熱能發電，和人工光合作用。

自地球形成生物就主要以太陽提供的熱和光生存，而自古人類也懂得以陽光曬乾物件，並作為保存食物的方法，如製鹽和曬鹹魚等。但在化石燃料減少下，才有意把太陽能進一步發展。

太陽能技術分為有源（主動式）及無源（被動式）兩種。有源的例子有太陽能光電及光熱轉換，使用電力或機械設備作太陽能收集，而這些設備是依靠外部能源運作的，因此稱為有源。無源的例子有在建築物引入太陽光作照明等，當中是利用建築物的設計、選擇所使用物料等達至利用太陽能的目的，由於當中的運作無需由外部提供能源，因此稱為無源。

太陽能發電是一種新興的可再生能源。廣義上的太陽能是地球上許多能量的來源，如風能，化學能，水的勢能。化石燃料可以稱為遠古的太陽能。太陽能資源豐富，無需運輸，但生產太陽能板的過程對環境有嚴重且不可逆的污染，且會造成飛航安全。太陽能為人類創造了一種新的生活形態，使社會以及人類進入一個額外生能源可使用的時代。

目錄

一. 來自太陽的能量

二. 太陽能技術的應用

2.1 建築和都市計畫

2.2 農業和園藝業

2.3 交通運輸

2.4 光熱轉換

2.4.1 太陽能熱水器

2.4.2 加熱，冷卻和通風

2.4.3 水處理

2.4.4 烹飪

2.4.5 熱處理

2.5 光電轉換

2.5.1 聚光太陽能熱發電

2.5.2 太陽能光電

2.6 太陽化學

三. 太陽能的缺點

四. 世界各國家地區對太陽能的政策

4.1 中華人民共和國

4.2 澳大利亞

4.3 德國

4.4 西班牙

4.5 美國

五. 相關條目

六. 重要參考文獻

太陽能 維基百科

<https://zh.wikipedia.org/wiki/%E5%A4%AA%E9%98%B3%E8%83%BD#%E5%A4%AA%E9%98%B3%E8%83%BD%E5%85%89%E4%BC%8F>

第二篇 太陽能產業簡介與主要投資效益分析

壹. 太陽能產業簡介

太陽能屬高科技產品，產業集中於掌握核心技術的已開發國家，發展中國家則以代工價格便宜的優勢取勝。

<https://blog.finmart.com.tw/%E5%A4%AA%E9%99%BD%E8%83%BD%E7%94%A2%E6%A5%AD/>

貳. 太陽能產業的相關專有名詞分析

參. 站在巴菲特肩膀上，擁抱綠電收益

根據經濟部再生能源推廣計畫，太陽光電產值將於 2025 年達到 3,400 億元、帶動的商機將在 2040 年達 2.7 兆元，眼光獨到的「股神」巴菲特 (Warren Buffett) 當然不會缺席，旗下能源事業「波克夏海瑟威能源」(Berkshire Hathaway Energy) 已投資再生能源 150 億美元。巴菲特發下豪語：「眼睛能看多遠，投資就會持續多遠。」顯見綠能發展，儼然成為未來熱門趨勢；

<https://blog.finmart.com.tw/%E5%B7%B4%E8%8F%B2%E7%89%B9-%E7%B6%A0%E9%9B%BB%E6%94%B6%E7%9B%8A/>

肆. 太陽能認購效益探討？

在規劃資產配置時，究竟該用哪種利率判斷報酬呢？

其實真正的報酬預估就要看預估「內部報酬率 (IRR, Internal Rate of Return)」才可以做為不同商品比較的基準；而太陽能屬於在期初時投入一筆資金，期中無需再投入，則未來 20 年定期領回售電收益。

以「內部報酬率 (IRR, Internal Rate of Return)」來看看太陽能認購後收益如何！太陽能初期須支付認購太陽能板的金額，再扣除電廠維運、保險等費用，保守預估內部報酬率 (IRR, Internal Rate of Return) 約落 4% 至 5% 之間。太陽能認購不僅可以享售電收益，還能響應綠能環保，更是一個新的選擇，那太陽能的電費收入是如何計算？

<https://blog.finmart.com.tw/%E5%A4%AA%E9%99%BD%E8%83%BD%E9%A2%A8%E9%9A%AA/>

伍. 太陽能的優缺點分析

<https://wiki.mbalib.com/zh-tw/%E5%A4%AA%E9%98%B3%E8%83%BD>

陸. 如何在太陽能產業的正向成長中累積自我的專業知識與市場開發能力