

工藝類文化創意產業所需行銷職能及其在大學相關課程之 IPA 分析

李隆盛* 張良德** 林坤誼***
林聖薇**** 李玉娟***** 吳明錫*****

依據臺灣六大新興產業人才培訓與發展趨勢研究指出，文化創意產業中有關行銷方面的職務持續增加中，在未來 3 至 5 年中成長率可達 45%，因此文化創意產業除在生產之外更須加強行銷，其有關從業人員更需強化本身的行銷職能。本研究運用模糊得懷術確認工藝類文化創意產業人才所需的行銷職能，並透過重要性－表現度分析（以下簡稱 IPA），檢視這些職能對大學相關學系的重要性和現開設行銷課程的表現度。過程先由 12 位業界專家確認出二構面 22 項行銷職能，再以問卷調查 11 位文創相關學系主任對重要性與表現度的看法。研究結果指出已確認之行銷職能可供有關教育訓練、職涯發展和人員遴選之參據；並指出大學相關學系現有行銷課程僅培養學生一般行銷能力，對培養學生行銷工藝類文創產品之職能的質量尚不足夠，未來在分析產品市場接受度、與核心顧客建立夥伴關係、快速回應顧客意見、以及提供產品趨勢與需求回饋等四項行銷能力均亟待加強。

關鍵字：文化創意產業、行銷職能、課程需求評估、模糊得懷術、重要性－表現度分析

- * 作者現職：國立臺灣師範大學科技應用與人力資源發展學系教授
- ** 作者現職：德霖技術學院電子工程系教授
- *** 作者現職：國立臺灣師範大學科技應用與人力資源發展學系助理教授
- **** 作者現職：國立聯合大學經營管理學系講師
- ***** 作者現職：禾悅國際企業管理顧問股份有限公司總經理
- ***** 作者現職：明志科技大學經營管理系講師

通訊作者：林坤誼，e-mail: linkuenyi@ntnu.edu.tw