

1. 適合對象與能力門檻

- **適合族群：**中小企業主 / 餐飲品牌創辦人 / 欲拓展海外市場的品牌營運者。原因在於講師分享内容聚焦於品牌授權、海外落地經驗（如東南亞清真市場與新加坡市場）及資本市場運作。
- **能力門檻：**普通至進階。需要對餐飲營運、品牌經營或海外市場擴展有基本概念，較適合已有實體品牌或正規劃出海的經營者。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**[以中為始的品牌思維] — [從成功的商業模式（如麥當勞、KFC、星巴克）探討品牌的核心精神與發展目標]
 - **章節二：**[餐飲出海與海外授權策略] — [分享從臺灣十多間店拓展至海外 20 多個城市、超過 100 家店的品牌授權經驗與淨利模式]
 - **章節三：**[東南亞與清真（Halal）市場解析] — [分析馬來西亞、印尼等清真市場的人口結構變遷、No Pork/Halal 策略與跳板優勢]
 - **章節四：**[新加坡營商環境與槓桿外部資源] — [說明新加坡人力政策（EP/WP）、移民環境與打群架整合資源的跨國營運法]

3. 必備前置知識清單

- [商業營運基本概念]：[需了解營業額（Revenue）與淨利（Net Profit）的差異，以及連鎖加盟/授權基礎概念]。
- [目標市場概況]：[建議對東南亞（馬來西亞、印尼、新加坡）的人口結構或消費習慣有初步了解]。

4. 專有名詞與概念辭典

- [品牌授權 (Brand Licensing)]：[不直接投入巨額資金自行開直營店，而

是透過收取授權費（例如單一城市區域授權）將品牌技術與 know-how 輸出給當地夥伴，以提高淨利與拓展速度]。

- **[清真認證 (Halal) / No Pork]**：[針對穆斯林市場的飲食規範認證；若未做完全哈拉，部分品牌會先採取不含豬肉（No Pork）策略以切入特定華人或大眾消費族群]。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：[海外市場拓展企劃 / 連鎖餐飲營運主管 / 品牌跨國策略總監]
- **主要工作任務/能力指標**：
 - [海外市場切入與 TA 定位能力]：[能根據目標國家的人口結構與文化（如穆斯林/華人比例）調整菜單與營運策略]。
 - [跨國資源槓桿與授權模式規劃能力]：[能評估區域授權金與供應鏈配合（如 Halal 廠），降低跨國拓展的營運風險]。