

國際行銷經理職能基準

版本	職能基準代碼	職能基準名稱	狀態	更新說明	發展更新日期
V3	KMM2431-001v3	國際行銷經理	最新版本	名稱調整為《國際行銷經理》	2020/12/21
V2	KMM2431-001v2	全球行銷經理	歷史版本	已被《KMM2431-001-v3》取代	2018/12/20
V1	KMM2431-001	全球行銷經理	歷史版本	已被《KMM2431-001-v2》取代	2015/12/31

職能基準代碼		KMM2431-001v3			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	國際行銷經理		
所屬類別	職類別	行銷與銷售 / 行銷管理		職類別代碼	KMM
	職業別	廣告及行銷專業人員		職業別代碼	2431
	行業別	專業、科學及技術服務業 / 廣告業及市場研究業		行業別代碼	M7310
工作描述		依組織品牌定位，評估國際行銷機會，規劃全球行銷目標及行銷計畫，並管理行銷流程及績效。			
基準級別		5			

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
T1 國際市場評估及評估	T1.1		P1.1.1 蒐集全球市場環境資訊國內外行銷相關法令規範 ^{【註1】} 。 P1.1.2 確認蒐集國際市場資訊目的、需求與數據途徑。 P1.1.3 蒐集行銷活動歷史資訊（如銷售數據及行銷成果報告等）。	5	K01 國內及國際相關法令規範 K02 全球政治、經濟、社會與文化 K03 全球產業現況及發展趨勢 K04 組織政策及流程 K05 國際市場分析範疇及架構 K06 市場分析方法 K07 行銷管理	S01 資料蒐集及判別能力 S02 跨文化溝通及協商能力
	T1.2 蒐集及分析國際市場資訊	O1.2.1 國際市場風險分析報告	P1.2.1 蒐集國際市場產業現況、發展趨勢與市場需求。 P1.2.2 蒐集國際行銷之風險影響因素。	5	K01 國內及國際相關法令規範 K02 全球政治、經濟、社會與文化 K03 全球產業現況及發展趨勢	S01 資料蒐集及判別能力 S02 跨文化溝通及協商能力 S03 資料分析能力

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
			<p>P1.2.3 分析影響國際行銷之政治、經濟、社會與文化因素。</p> <p>P1.2.4 評估國際市場成本、效益、風險與機會，以判別國際行銷機會之可行性與潛在競爭者。</p>		<p>K04 組織政策及流程</p> <p>K05 國際市場分析範疇及架構</p> <p>K06 市場分析方法</p> <p>K07 行銷管理</p> <p>K08 國際市場風險影響因素</p>	
	T1.3 國際市場定位及客群	O1.3.1 國際市場分析報告	<p>P1.3.1 運用適切的分析方法，進行數據統計及分析。</p> <p>P1.3.2 分析組織或客戶所需行銷標的物之優勢及劣勢，以決定其之市場定位。</p> <p>P1.3.3 分析組織所面對之機會及威脅，確認競爭策略並找出相關優勢行銷標的物。</p> <p>P1.3.4 依行銷標的物之市場定位，找出潛在客群並確認其偏好及需求。</p>	5	<p>K01 國內及國際相關法令規範</p> <p>K02 全球政治、經濟、社會與文化</p> <p>K03 全球產業現況及發展趨勢</p> <p>K04 組織政策及流程</p> <p>K05 國際市場分析範疇及架構</p> <p>K06 市場分析方法</p> <p>K07 行銷管理</p> <p>K08 國際市場風險影響因素</p> <p>K09 統計方法</p> <p>K10 競品分析</p> <p>K11 消費者行為</p>	<p>S01 資料蒐集及判別能力</p> <p>S02 跨文化溝通及協商能力</p> <p>S03 資料分析能力</p> <p>S04 數據統計及分析能力</p> <p>S05 市場定位能力</p> <p>S06 客群分析能力</p>
T2 國際行銷策略規劃	T2.1 規劃國際行銷目標及計畫	O2.1.1 行銷計畫	<p>P2.1.1 依組織政策與優勢標的物之市場定位及客戶需求，訂定行銷目標。</p> <p>P2.1.2 依行銷目標，盤點及分析組織內外外部可用資源，確認資源分配的優先順序。</p> <p>P2.1.3 依行銷目標，編列行銷預算，並遵守行銷相關法令規範，規劃行銷計畫（含預算）。</p>	5	<p>K01 國內及國際相關法令規範</p> <p>K02 全球政治、經濟、社會與文化</p> <p>K04 組織政策及流程</p> <p>K05 國際市場分析範疇及架構</p> <p>K06 市場分析方法</p> <p>K07 行銷管理</p> <p>K08 國際市場風險影響因素</p> <p>K09 統計方法</p> <p>K10 競品分析</p> <p>K11 消費者行為</p>	<p>S02 跨文化溝通及協商能力</p> <p>S03 資料分析能力</p> <p>S07 溝通協調能力</p> <p>S08 計畫撰寫能力</p> <p>S09 資源盤點及分析能力</p> <p>S10 預算規劃能力</p>
	T2.2 發展國際行銷方案	O2.2.1 國際行銷策略 O2.2.2 國際	P2.2.1 依可用資源及行銷計畫，發展國際行銷策略，並選定符合行銷目標之行銷工具。	4	<p>K01 國內及國際相關法令規範</p> <p>K02 全球政治、經濟、社會與文化</p> <p>K04 組織政策及流程</p>	<p>S02 跨文化溝通及協商能力</p> <p>S03 資料分析能力</p> <p>S07 溝通協調能力</p>

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
		行銷方案	P2.2.2 協調組織相關人員，運用策略分析方法，整合相關人員的創意與回饋，規劃國際行銷方案。		K05 國際市場分析範疇及架構 K06 市場分析方法 K07 行銷管理 K08 國際市場風險影響因素 K09 統計方法 K10 競品分析 K11 消費者行為 K12 成本概念 K13 策略分析方法 K14 行銷工具	S11 策略規劃能力 S12 方案規劃能力
T3 行銷流程及績效管理	T3.1 管理行銷流程		P3.1.1 依行銷方案，規劃及管理人員及財務等資源。 P3.1.2 依行銷方案，督導相關人員執行，以確保達成行銷目標、品質及時間等要求。	5	K01 國內及國際相關法令規範 K02 全球政治、經濟、社會與文化 K04 組織政策及流程 K05 國際市場分析範疇及架構 K06 市場分析方法 K07 行銷管理 K08 國際市場風險影響因素 K09 統計方法 K10 競品分析 K11 消費者行為 K12 成本概念 K15 人力資源管理 K16 品質管理	S02 跨文化溝通及協商能力 S03 資料分析能力 S07 溝通協調能力 S13 領導能力 S14 資源分配及管理能力
	T3.2 分析行銷績效	O2.3.1 行銷績效報告 O2.3.2 行銷檢討改善策略	P3.2.1 運用行銷分析工具，記錄及彙整相關數據。 P3.2.2 分析行銷成果，並比對與行銷績效目標差異，向相關人員報告績效簡報及提出檢討改善策略。	5	K17 財務報表概念 K18 大數據資訊概念 K19 績效管理	S02 跨文化溝通及協商能力 S03 資料分析能力 S04 數據統計及分析能力 S07 溝通協調能力 S15 報告撰寫能力 S16 視覺化簡報製作能力

主要職責	工作任務	工作產出	行為指標	職能級別	職能內涵 (K=knowledge 知識)	職能內涵 (S=skills 技能)
						S17 外語簡報技巧 S18 問題解決能力

職能內涵 (A=attitude 態度)

- A01 追求卓越：會為自己設定具挑戰性的工作目標並全力以赴，願意主動投注心力達成或超越既定目標，不斷尋求突破。
- A02 持續學習：能夠展現自我提升的企圖心，利用且積極參與各種機會，學習任務所需的新知識與技能，並能有效應用在特定任務。
- A03 應對不確定性：當狀況不明或問題不夠具體的情況下，能在必要時採取行動，以有效釐清模糊不清的態勢，完成任務。
- A04 好奇開放：容易受到複雜新穎的事物吸引，且易於接受新觀念的傾向。
- A05 冒險挑戰：在成敗後果不能確定的情境下，對成功機會少但成功後報酬高的事情勇於嘗試的傾向。
- A06 壓力容忍：冷靜且有效地應對及處理高度緊張的情況或壓力，如緊迫的時間、不友善的人、各類突發事件及危急狀況，並能以適當的方式紓解自身壓力。
- A07 團隊意識

說明與補充事項

- 建議擔任此職類/職業之學歷/經歷/或能力條件：
 - 大專以上畢業，且具5年以上海外行銷相關經驗，並精通外語之聽說讀寫。
 - 個別企業得依業務需求訂定外語能力檢定標準。
- 其他補充說明：
 - 【註1】行銷相關法令規範：如公平交易法、廣告物管理辦法、消費者保護法、個人資料保護法、反歧視相關法規（如身心障礙者權益保障法）、智慧財產權相關法規（如著作權法、商標法、專利法、營業秘密法等）、國際經貿相關法規。