

行銷主管職能基準

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
V4	KMM2431-003v4	行銷主管	最新版本	略	2023/12/15
V3	KMM2431-003v3	行銷經理	歷史版本	已被《KMM2431-003v4》取代	2021/12/20
V2	KMM2431-003v2	行銷經理	歷史版本	已被《KMM2431-003v3》取代	2018/12/21
V1	KMM2431-003v1	行銷經理	歷史版本	已被《KMM2431-003v2》取代	2015/12/31

職能基準代碼		KMM2431-003v4			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	行銷主管		
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		依組織或客戶需求，擬定行銷目標及規劃行銷計畫，並管理行銷流程及績效。			
基準級別		4			

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 市場分析	T1.1 確認市場分析範疇		P1.1.1 確認蒐集市場資訊目的、需求與數據途徑。 P1.1.2 依組織產品定位或客戶需求，蒐集市場資訊及行銷相關法令規範 ^{【註1】} ，並判別所獲得資訊的適用性及可用性。	4	K01 產業現況及發展趨勢 K02 政治、經濟、社會與文化概論 K03 市場分析方法 K04 行銷相關法令規範	S01 市場資料蒐集及判別 S02 內外溝通協調

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)
			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)。		K05 行銷管理 K06 財務報表概念	
	T1.2 確認市場定位及目標對象	O1.2.1 分析報告	P1.2.1 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。 P1.2.2 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。 P1.2.3 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。	4	K04 行銷相關法令規範 K05 行銷管理 K07 組織政策及流程 K08 統計方法 K09 競品分析 K10 消費者行為	S02 內外溝通協調 S03 市場資料分析 S04 數據統計及分析 S05 市場定位分析 S06 客群分析
T2 行銷策略規劃	T2.1 規劃行銷目標及計畫	O2.1.1 行銷計畫	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。 P2.1.2 依行銷目標，盤點及分析組織內外部可用資源，確認資源分配的優先順序。 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)。	5	K02 政治、經濟、社會與文化概論 K03 市場分析方法 K05 行銷管理 K07 組織政策及流程 K08 統計方法 K09 競品分析 K10 消費者行為 K11 <u>SDGs</u> ^{【註 2】} 與企業永續發展概念	S02 內外溝通協調 S07 跨文化溝通協商 S08 市場分析 S09 行銷計畫撰寫 S10 資源盤點及分析 S11 預算規劃 S12 協力單位評估徵選能力
	T2.2 發展行銷方案	O2.2.1 行銷策略 O2.2.2 行銷	P2.2.1 依可用資源及行銷計畫，發展行銷策略，並選定符合行銷目標之行銷工具。 P2.2.2 協調組織相關人員，運用策略分析方法，	4	K02 政治、經濟、社會與文化概論 K03 市場分析方法	S02 內外溝通協調 S03 市場資料分析 S07 跨文化溝通協商

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)
		銷方案	整合相關人員的創意與回饋，規劃行銷方案。		K05 行銷管理 K07 組織政策及流程 K08 統計方法 K09 競品分析 K10 消費者行為 K12 策略分析方法 K13 行銷工具 K14 國內相關法令規範 K15 成本概念	S13 行銷策略規劃 S14 行銷方案規劃
T3 行銷流程及績效管理	T3.1 管理行銷流程		P3.1.1 依組織規劃行銷方案，管理人員及財務等內外資源。 P3.1.2 依組織規劃行銷方案，督導相關人員執行，以確保達成行銷目標、品質及期程等要求。	4	K02 政治、經濟、社會與文化概論 K03 市場分析方法 K05 行銷管理 K07 組織政策及流程 K08 統計方法 K09 競品分析 K10 消費者行為 K15 成本概念 K16 人力資源管理 K17 績效管理 K18 品質管理	S02 內外溝通協調 S03 市場資料分析 S07 跨文化溝通協商 S15 資源分配及管理 S16 領導能力

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)
	T3.2 分析行銷績效	O3.2.1 行銷績效報告 O3.2.2 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	K06 財務報表概念 K17 績效管理 K19 大數據資訊概念	S02 內外溝通協調 S03 市場資料分析 S04 數據統計及分析 S07 跨文化溝通協商 S17 視覺化簡報製作 S18 外語簡報 S19 行銷問題解決改善 S20 行銷績效報告撰寫

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01 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。

A02 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。

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。

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 彈性：能夠敞開心胸，調整行為或工作方法以適應新資訊、變化的外在環境或突如其來的阻礙。

A06 團隊意識：積極參與並支持團隊，能彼此鼓勵共同達成團隊目標。

A07 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。

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 年以上相關工作經驗。

說明與補充事項

- 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（如著作權法、商標法、專利法、營業秘密法等）等相關法規。
- 【註 2】SDGs：聯合國於 2015 發佈之 17 項「2030 年永續發展目標」。