

媒體企劃人員職能基準

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
V2	KMC2431-001v2	媒體企劃人員	最新版本	略	2018/12/21
V1	KMC2431-001	媒體企劃人員	歷史版本	已被《KMC2431-001v2》取代	2015/12/31

職能基準代碼		KMC2431-001v2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	媒體企劃人員		
所屬類別	職類別	行銷與銷售 / 行銷傳播		職類別代碼	KMC
	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		分析市場及消費者行為，進行廣告媒體投放之策略規劃。			
基準級別		4			

工作任務	工作活動	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 發展媒體計畫	T1.1 確認媒體需求		P1.1.1 從廣告綱要確認訴求對象之特色，並準備詳盡的消費者輪廓描述 P1.1.2 分析產品市場因素，以判定所選擇廣告媒體的接觸率(Reach)與頻率(Frequency) P1.1.3 瞭解廣告訊息的創意要求，並決定媒體實行計畫	5	K1 資料分析及相關技術 K2 有關廣告產業的法律和道德倫理要求 K3 組織所提供之程序和服務 K4 組織之預算和資源限制 K5 廣告媒體的原則和特色、媒體和廣告策略的	S1 諮詢媒體排程表的溝通技能 S2 比較及衡量各種媒體之優勢的評估技能 S3 解釋不同媒體的特色以符合廣告綱要需求的讀寫技能 S4 MS Office 使用技能 S5 廣泛的科技數位行銷技能運用

工作任務	工作活動	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>P1.1.4 確認符合廣告概要的媒體購買需求</p> <p>P1.1.5 確認媒體預算，並認知法規與自身基本限制</p>		<p>型態</p> <p>K6 影響企業營運的工作守則和相關法規，如：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 反歧視法規(如性別平等工作法、身心障礙者權益保障法等) ■ 消費者保護法 ■ 智財權相關法規(著作權法、商標法、專利法、營業秘密法) <p>K7 行銷學原理，包含 4P、STP 等基本知識</p>	<p>S6 保持時下最新的社交媒體及對數位工具的了解及運用</p> <p>S7 對數位社群內容的操作及管理</p>
	T1.2 選擇媒體載具	O1.2.1 媒體載具規劃表	<p>P1.2.1 依據過去採用媒體之表現，評估媒體載具的優缺點</p> <p>P1.2.2 運用其他廣告主或是被驗證的工具，評估並測試新的媒體載具</p> <p>P1.2.3 針對目標族群選擇媒體，並在預算內完成符合需求的媒體購買</p> <p>P1.2.4 在預算之內選擇符合廣告訊息的創意、觸及率以及頻率的媒體</p> <p>P1.2.5 確保所選擇之媒體載具符合法律和道德要求</p>			
	T1.3 制定媒體計畫與排程	O1.3.1 媒體排程表	<p>P1.3.1 確保媒體排程表和時機符合廣告綱要的需求</p> <p>P1.3.2 配合廣告綱要的需求，決定訊息分佈之媒體排程</p> <p>P1.3.3 創造可滿足廣告主的媒體排程表</p> <p>P1.3.4 在預算限制內為廣告主發展媒體排程的替代方案</p> <p>P1.3.5 為媒體計畫訂定測試計畫，並且持續根據測試結果修訂媒體計畫</p>			

工作任務	工作活動	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)
	T1.4 製作媒體計畫	O1.4.1 媒體計畫書	<p>P1.4.1 媒體計畫要能清楚定義廣告綱要需求，並提供支持需求的佐證</p> <p>P1.4.2 在媒體計畫裡對於推薦之媒體與載具，能夠清楚標明選擇理由</p> <p>P1.4.3 確保媒體計畫包含每個媒介以及每個廣告期間的預算分配</p> <p>P1.4.4 在媒體計畫中預估廣告影響價值，並訂定評估媒體計畫有效性的衡量標準</p>			
T2 廣告策略/廣告主張	T2.1 分析並解釋創意綱要	O2.1.1 創意綱要初稿	<p>P2.1.1 分析並確認表達中心構思或創意概念的技術</p> <p>P2.1.2 確認並檢查內容和支援資訊的準確性和完整性</p> <p>P2.1.3 確認創作文案的時間表和預算要求</p> <p>P2.1.4 在法律和道德倫理限制下創作稿件</p>	4	<p>K8 創意綱要的構成要素</p> <p>K9 廣告產業中有關法律和道德倫理要求</p> <p>K10 公平交易法</p> <p>K11 組織和廣告預算的限制</p> <p>K12 具有說服力的技術</p> <p>K13 文法和標點符號</p>	<p>S8 諮詢、釐清並監控所傳遞訊息有效性的溝通技能</p> <p>S9 以動人的方式簡報概念和資訊的創新技能</p> <p>S10 確認公司和產品資訊的研究和數據蒐集技能</p>
	T2.2 評估創意選擇		<p>P2.2.1 針對創意綱要的要求評估設計和文案</p> <p>P2.2.2 在特定時間和預算內有效傳達所需之資訊和影像</p>			
T3 排定廣告時間表	T3.1 確認廣告和媒體要	O3.1.1 媒體預算分配表	<p>P3.1.1 確認完成廣告的可行性</p> <p>P3.1.2 識別媒體計畫所選擇的媒體和媒</p>	3	K14 媒體型態和媒體工具選擇	S11 詢問、釐清並獲得同意並預定廣告空間的溝通技能

工作任務	工作活動	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)
	求		<p>體載具</p> <p>P3.1.3 確認廣告在公眾發表的時間</p> <p>P3.1.4 確認媒體預算分配</p>		<p>K15 廣告產業法律和道德倫理原則</p> <p>K16 廣告及其和行銷組合相關的原則</p> <p>K17 排定廣告時間的組織政策和程序</p> <p>K18 瞭解統計學與抽樣方法等基本知識</p>	<p>S12 確認來自媒體計畫的資訊和準備媒體時間表的讀寫技能</p> <p>S13 獲得想要的廣告時間表或空間的協商技能</p> <p>S14 制定預算、成本和報告時間表的計算技能</p> <p>S15 符合組織期限的時間管理技能</p> <p>S16 第三方監測公司如尼爾森收視率系統的操作技能</p>
	T3.2 準備並付費媒體時間表	<p>O3.2.1 媒體時間表</p> <p>O3.2.2 媒體預算總表</p>	<p>P3.2.1 確認媒體時間表的期間和時機符合媒體計畫的要求</p> <p>P3.2.2 確認時間表的訊息分配，以符合媒體計畫的要求</p> <p>P3.2.3 按照媒體計畫，確認媒體時間表中廣告的數量、規模、長度、位置、時間</p> <p>P3.2.4 與媒體載具協商成本，報告每個媒體各段廣告期間的成本，並獲得主管/業主批以繼續進行</p> <p>P3.2.5 計算總媒體時間表花費以符合預算要求</p>			
	T3.3 預訂廣告時間/空間並留存廣告		<p>P3.3.1 使用適當技術完成組織政策與所預訂的程序</p> <p>P3.3.2 按照組織程序，留存廣告以符合媒體載具的時間期限要求</p> <p>P3.3.3 對主管/業主建議更改或更改組織時間表程序</p>			
T4 預算管理與財務	T4.1 規劃財務管理方法	O2.1.1 預算財務分析	<p>P4.1.1 取得工作團隊的預算/財務計畫</p> <p>P4.1.2 與組織內部相關人士一同釐清預</p>	5	<p>K19 基礎會計概念</p> <p>K20 與財務管理相關之組織</p>	S17 閱讀、理解預算及更新預算經費的計數技能

工作任務	工作活動	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)
計畫			<p>算/財務計畫，以確保所記錄成果的可達成性、正確性及可解讀性</p> <p>P4.1.3 與組織內部相關人士一同協商對於預算/財務計畫任何需要的改變</p> <p>P4.1.4 籌備與原訂計畫不同時所需採取的應變計畫</p>		<p>要求</p> <p>K21 與稅務當局相關之法律要求，包括商品及服務稅</p> <p>K22 組織的記錄及審計要求</p> <p>K23 財物相關技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 編列預算 ■ 現金流 ■ 電子表單 ■ 商品及服務稅 ■ 分類帳和財務報表 ■ 損益表 	S1 使用財務記錄保存相關軟體的技術技能
	T4.2 執行財務管理方法		<p>P4.2.1 向團隊成員宣傳達成協議的預算/財務計畫之細節</p> <p>P4.2.2 提供支持，以確保團隊成員勝任與財務管理相關角色需求</p> <p>P4.2.3 確認並取得資源和系統以在團隊中管理財務流程</p>			
	T4.3 監控財務狀況	O4.3.1 支出紀錄	<p>P4.3.1 執行政序以監視實際支出，控制工作團隊預算</p> <p>P4.3.2 定期監視支出與成本，確認成本變化與超支情形</p> <p>P4.3.3 依需求執行、監視、修正應變方案以維持財務目標</p> <p>P4.3.4 按組織協議呈報預算及支出</p>			
	T4.4 審查評估財務管理過程	O4.4.1 月/季/年財務報告	<p>P4.4.1 蒐集並核對以分析工作團隊的財務管理的有效數據及資料</p> <p>P4.4.2 以有效的財務管理流程分析、核對工作團隊內的數據及資訊，同</p>			

工作任務	工作活動	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)
			時確認、建檔、建議任何可改善現存流程之方法 P4.4.3 依據工作團隊和組織的財務目標，執行及監視已協議之改善措施			

職能內涵 (A=attitude 態度)

- A01 主動積極：不需他人指示或要求能自動自發做事，面臨問題立即採取行動加以解決，且為達目標願意主動承擔額外責任。
- A02 自我管理：設立定義明確且實際可行的個人目標；對於及時完成任務展現高度進取、努力、承諾及負責任的行為。
- A03 持續學習：能夠展現持續學習的企圖心，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。
- A04 謹慎細心：對於任務的執行過程，能謹慎考量及處理所有細節，精確地檢視每個程序，並持續對其保持高度關注。
- A05 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。
- A06 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。
- A07 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。

說明與補充事項

- 此項職能基準乃參考國外職能資料發展並經國內專家本土化及檢視完成。
- **建議擔任此職類/職業之學歷/經驗/或能力條件：**
 - 大專以上畢業，或具 1 年以上媒體企劃相關經歷。