

廣告文案企劃人員職能基準

職能基準代碼		KMC2431-002			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	廣告文案企劃人員		
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		發展創意概念，並創作廣告文案。			
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 創作並發展概念	T1.1 評估和探索需求和機會		P1.1.1 研究並評估表達新概念發展的既有資訊 P1.1.2 確認目前產品、程式、流程或服務範圍的落差，作為新構想和概念的改進因素 P1.1.3 探索並擴展新構想 P1.1.4 確認構想或概念發展可能的影響因素 P1.1.5 調查並確認需求落差 P1.1.6 發展和從前不同方式的初步創新概念，以解決需求和機會 P1.1.7 與相關利害關係人溝通，取得發展構思和概念的廣泛變數，以符合市	5	K1 發展概念應考量的廣泛脈絡 K2 在開發新概念時應考量之文化、社會和環境議題及影響 K3 將概念商業化的議題和要求 K4 影響工作的法律要求 K5 在特定工作或社區脈絡中應考量之實用性和營運議題 K6 執行概念時應考量之實用性和營運議題 K7 產生創意構想和解決方案，及將構想轉化為可實行之概念的技巧	S1 以與他人討論的方式集體構思並表達概念的溝通和團隊技能 S2 產生一系列創新概念和構想，使用水平思考並採取突破思考的方法以發展概念和構想的創造性思考技能 S3 積極主動確認市場要求的主動和企業技能 S4 考量概念執行的實務議題的規劃和組織技能 S5 達成時程要求的自我管理技能

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)
			場需求			
	T1.2 發展創新的方法	O1.2.1 初步概念之發想與規劃	<p>P1.2.1 使用創造性思考技術以產生創新概念，解決需求</p> <p>P1.2.2 挑戰和測試不同的概念與構想</p> <p>P1.2.3 評估目標對象的目的、可行性和商業潛力</p> <p>P1.2.4 發展概念和構想時，考量社會、道德倫理和環境議題</p> <p>P1.2.5 確認達成期望創意和創新結果的所需資源</p> <p>P1.2.6 評估不同策略的有效性，以達成期望效果</p> <p>P1.2.7 以創新和可行方式選擇達成所需結果的概念和方法</p> <p>P1.2.8 對所提出的概念或方法以適當格式進行簡報</p>			
	T1.3 精進概念	O1.3.1 概念之修正	<p>P1.3.1 持續不斷精進和測試，以確保開放式的概念發展流程</p> <p>P1.3.2 尋求相關利害關係人對概念的投入和回饋</p> <p>P1.3.3 在創新和技術面向尋求專家提供提案建議</p> <p>P1.3.4 比較相似產品、程式、流程或服務</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)
			<p>的最佳概念</p> <p>P1.3.5 使用創新和實務的標準以判定不同概念的優勢和劣勢</p> <p>P1.3.6 評估概念或構想實行的限制</p> <p>P1.3.7 以分析和回饋為基礎，精進提案</p>			
T2 創作平面媒體廣告	T2.1 闡述創意策略	O2.1.1 平面廣告創意概念	<p>P2.1.1 確認欲用來表達核心思想或創意概念的技巧，和預計使用的大眾平面媒體方式</p> <p>P2.1.2 確認並檢核廣告內容和輔助資訊的正確性和完整性</p> <p>P2.1.3 確認創作廣告的時間、進度和預算要求</p> <p>P2.1.4 確認未違反相關法律和道德規範</p>	4	<p>K8 產業、服務、產品和組織</p> <p>K9 與廣告業有關的法律和道德要求</p> <p>K10 廣告的原理和目的</p> <p>K11 消費者行為的原理，以及對購買行為的影響</p> <p>K12 平面廣告中的創意元素的原理</p> <p>K13 針對不同市場的有效廣告方法</p> <p>K14 影響企業營運、業務法規及國家標準的法規知識，例如：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 反歧視相關法律(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 ■ 智慧財產權保護法規(著作權法、商標法、專利法、營業秘密法) ■ 個人資料保護法 	<p>S6 創造力和創新能力：能夠寫出有吸引力的腳本，並能夠使用視覺和設計技巧來有效傳達出廣告的意涵</p> <p>S7 文字能力：能夠詮釋需求，並能夠針對各種的觀眾和目的來寫作</p>
	T2.2 創作大眾平面媒體廣告	T2.2.1 平面廣告成品	<p>P2.2.1 決定並製作平面廣告的元素，以傳達產品或服務的形象、特徵和優點</p> <p>P2.2.2 決定平面廣告中每個元素的大小和位置，以呈現出廣告整體性和焦點</p> <p>P2.2.3 確保字體的選擇適合產品和廣告的中心思想，以及版面設計和留白處的協調感</p> <p>P2.2.4 確保廣告的版面設計能將所有元素融合為一體，以吸引讀者看到焦點，並能夠引導閱讀順序</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)
			P2.2.5 確保廣告符合廣告策略的要求，且符合法律和道德規範		<ul style="list-style-type: none"> ■ 公平交易法貿易相關法規 K15 廣告策略中規定的廣告時間表、預算、中心思想、資源等要求	
T3 創作電子媒體廣告	T3.1 闡述創意策略	O3.1.1 電子媒體廣告的創意概念	P3.1.1 表達核心思想或創意概念的技巧和打算使用的大眾平面媒體方式 P3.1.2 確認並檢核廣告內容及輔助資訊的正確性和完整性 P3.1.3 確認創作廣告的時間、進度和預算要求 P3.1.4 確定未違反法律和道德	4	K16 產業、服務、產品和組織 K17 與廣告業有關的法律和道德要求 K18 廣告的原理和宗旨 K19 消費者行為的原理，以及對購買行為的影響 K20 電子廣告中的創意元素的原理 K21 針對不同市場的有效廣告方法 K22 廣告策略中規定的廣告時間表、預算、中心思想、資源等要求	S8 創造力和創新技能：能夠寫出有吸引力的腳本，並能夠使用視覺和設計技巧來有效傳達出廣告的意涵 S9 研究、數據蒐集和評估技能：能夠比較和權衡媒體優點，並使其特點能與對媒體之要求相符 S10 文字能力：能夠闡釋不同媒體之特點，使其能與廣告策略之要求相符 S11 技術技能：使用各種辦公室設備和軟體
	T3.2 創作電台廣告	T3.2.1 電台廣告成品	P3.2.1 根據創意策略和分配預算，確定廣告的長度、速度和形式 P3.2.2 確定廣告的開場、中間、結束等內容，以產生影響力、導入核心思想、為產品的關鍵利益提供支持力，並提供資訊以促成消費者行動 P3.2.3 準備能符合製作人和表演者的要求及時間分配規定的腳本 P3.2.4 確保廣播廣告符合廣告策略以及法律和道德要求			
	T3.3 創作電視或電影廣告	T3.3.1 電視或電影廣告	P3.3.1 根據創意策略和分配預算，確定廣告的長度、速度和形式			

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)
	告	成品	<p>P3.3.2 準備劇本和分鏡腳本以記錄視覺規劃以及識別創意元素，以符合創意策略的要求</p> <p>P3.3.3 確保廣告吸引力，隨著聲音與視覺影像搭配，整合行動和視覺移動的效果</p> <p>P3.3.4 確保廣告內容符合廣告、法律和道德要求</p>			
	T3.4 建立網路、網頁或播客廣告	T3.4.1 網路、網頁廣告成品	<p>P3.4.1 決定並製作文案和設計元素，以傳達產品或服務所需的影像、特色和好處</p> <p>P3.4.2 決定廣告中每個元素的大小和位置，以呈現出廣告整體的協調感和焦點</p> <p>P3.4.3 確保字體的選擇適合產品和廣告的中心思想，以及版面設計和留白處的協調</p> <p>P3.4.4 設計網站地圖、導覽按鈕、框架和多頁的易用性</p> <p>P3.4.5 確保聲音，動畫和圖形不會轉移廣告內容重點</p> <p>P3.4.6 確保廣告符合廣告策略的要求，且符合法律和道德規範</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)
T4 撰寫文案	T4.1 撰寫內容前置作業		<p>P4.1.1 與相關人員協商明確的編輯任務及時程</p> <p>P4.1.2 決定適合出版品的風格或調性或傳播材料的類型</p> <p>P4.1.3 指出會影響內容編輯方式的因素</p>	5	<p>K23 行業知識，其中包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 專案成員的角色和責任 ■ 撰寫文案時出現的問題和挑戰 ■ 整合視覺效果和文字的原則 ■ 用通俗易懂的文字撰寫和編輯的原則 ■ 使用通用和專業字典、文法書，及企業或政府的相關規則和規定 <p>K24 有效的溝通技巧，包括有效傾聽，提問和非語言線索</p> <p>K25 法規，行業標準和規範，足以識別：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 智慧財產權問題 ■ 著作權和版權的問題 ■ 個資保護 ■ 編輯標準 ■ 歧視性的或潛在的攻擊性語言問題 	<p>S12 能與團隊合作，產出溝通素材</p> <p>S13 依目的和結構撰寫材料</p> <p>S14 以提高產品的品質為目標，協商並修改書面材料</p> <p>S15 有效運用文書處理及其他工具之軟體</p> <p>S16 溝通和讀寫技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 解釋和闡明書面或口頭指引 ■ 撰寫時應用正確的語法，拼寫和標點 ■ 依聽眾或讀者的需求和期望撰寫溝通材料 ■ 應用校對技巧 ■ 採用合宜的出版和展示形式 ■ 採用非歧視性的語言 <p>S17 自我管理和規劃能力：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 安排工作任務優先性 ■ 如期交件 <p>S18 必要時尋求專家援助，例如面臨與法律相關之問題</p>
	T4.2 提升書寫傳播清晰度	O4.2.1 廣告文案初稿	<p>P4.2.1 根據清晰的語言和邏輯結構原則修改文案</p> <p>P4.2.2 確保語言水平適合目標對象</p> <p>P4.2.3 確保調性與傳播的主題和目的具一致性</p> <p>P4.2.4 檢查標點符號，確保語意清晰以便閱讀</p> <p>P4.2.5 檢查書面內容使用正確的語法和文法</p> <p>P4.2.6 監控內容文字中沒有非包容性的或潛在攻擊性的語言</p> <p>P4.2.7 與相關人員協商，釐清不明確的內容並進行修改，並於修改文案內容時，適時考慮保存作者意見的完整性</p> <p>P4.2.8 納入新資訊時，需修改文案內容以達一致性</p> <p>P4.2.9 依據企業的程序審定文案</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)
	T4.3 敲定撰寫程序	O4.3.1 廣告文案	<p>P4.3.1 確認參考資料的準確性，並依據需求處理版權許可</p> <p>P4.3.2 與相關人員協商，確定所需要的視覺材料型式和位置</p> <p>P4.3.3 依商定的期限提交最終編輯材料予相關人員</p> <p>P4.3.4 評估撰寫程序，評量自己的成果，並記錄需改善之處</p>			
T5 撰寫有延伸性的故事	T5.1 分析故事的寫作要求		<p>P5.1.1 確定故事的創作理念，包括目標觀眾、呈現方式、時間安排和預期成果等部分</p> <p>P5.1.2 依據創作的目的，考慮風格、調性和篇幅等相關要素</p> <p>P5.1.3 對於創作作品，決定最合適的結構化技巧</p> <p>P5.1.4 與相關人員討論視覺和聽覺的故事結構是否適合故事</p>	4	<p>K26 在撰寫故事時出現的問題和挑戰</p> <p>K27 在適當範圍擴展故事背景的敘事技巧</p> <p>K28 深入了解適合觀眾的故事的敘事結構和形式</p> <p>K29 能夠匯集創造性概念和資訊的研究技巧</p> <p>K30 足夠的媒體法律知識來判斷是否涉及誹謗或猥褻；對於可能導致法律訴訟的問題能尋求專家的意見</p> <p>K31 版權和個人資料保護法與隱私權的保護</p>	<p>S19 透過自我反思和重新起草來改善表現與作品水準的學習技能</p> <p>S20 精通文書處理和其他軟體工具</p> <p>S21 溝通、團隊合作和文字技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 解釋創意概念及理念 ■ 寫出吸引特定觀眾的故事 ■ 寫作時使用正確的語法、用字和標點符號 ■ 與同事或客戶討論對故事的想法 ■ 對故事修訂的折衝 ■ 對於故事草案之建設性回饋意見積極地回應
	T5.2 準備寫故事		<p>P5.2.1 從一系列可能會激發想法的創作中，探索擴展和深化故事的可能性，以滿足專案要求</p> <p>P5.2.2 從各種資訊來源來探索主題領域</p> <p>P5.2.3 嘗試使用各種敘事結構、寫作風格和技巧</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)
			<p>P5.2.4 為人物、情節和背景之設定拓展思路</p> <p>P5.2.5 應要求發展更多元、多軸或多面向的場景、背景和情境</p> <p>P5.2.6 選擇最符合專案要求的故事結構、風格、技巧和內容</p> <p>P5.2.7 向有關人員尋求對於故事構想的回饋，並據以進行修正</p>			<ul style="list-style-type: none"> ■ 對於草案的建設性回饋積極地回應 <p>S22 充分的主動性和進取心：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 在故事敘事的過程中，發展原創、創新和創造性的方法 ■ 以不同敘事風格和元素來實驗，以培養創造性與持續性的觀點 ■ 為自己和觀眾拓展創意的界限 ■ 透過故事發展的過程，發現問題的創造性解決方案 ■ 尋找並利用資源來拓寬自己的創作經驗 <p>S23 自我管理和規劃技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 安排工作任務優先性 ■ 以邏輯性和連貫性來發展故事 ■ 如期交件 ■ 必要時尋求專家援助
	T5.3 草擬故事	O5.3.1 文案故事草稿	<p>P5.3.1 使用適當的結構、風格和語言起草故事</p> <p>P5.3.2 使用相關的風格和呈現技巧</p> <p>P5.3.3 校對故事草稿，使其具有適當的語法、標點和文字</p> <p>P5.3.4 向相關人員交稿，並獲得必要的回饋和修正</p>			
	T5.4 完成定稿	O5.4.1 文案故事	<p>P5.4.1 用相關的標準對故事進行評估</p> <p>P5.4.2 與有關人員討論並確認其對故事的額外要求或修改</p> <p>P5.4.3 在規定的時間內完成必要的修改</p> <p>P5.4.4 評估故事的寫作過程及自己的表現，並指出未來改進之處</p>			

職能內涵 (A=attitude 態度)

職能內涵 (A=attitude 態度)

A01 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。

A02 自我提升：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。

A03 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。

A04 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。

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 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/經歷/或能力條件：大專以上畢業，或具備廣告行銷相關經歷至少 1 年以上。
- 基準更新紀錄
 - 因應 2017/05/25 公告職能基準品質認證作業規範修訂版，將原「入門水準」內容移至「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】。