

廣告業務經理職能基準

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
V2	KMC2431-004v2	廣告業務經理	最新版本	略	2018/12/21
V1	KMC2431-004v2	廣告業務經理	歷史版本	已被《KMC2431-004v2》取代	2015/12/31

職能基準代碼		KMC2431-004v2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	廣告業務經理		
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		規劃與執行行銷廣告相關研究，發展行銷傳播計畫提案，並管理客戶服務品質。			
基準級別		5			

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 整合廣告研究	T1.1 評估廣告研究要求		P1.1.1 分析有關消費者、產品和市場環境資訊，以確認進一步的研究需求 P1.1.2 評估創意概念以判定概念測試的需求 P1.1.3 評估媒體之選擇方案 P1.1.4 確認並評估廣告相關的法律、道德倫理和文化考量	5	K1 廣告產業的法律和道德倫理規範 K2 進行市場研究的組織政策和程序 K3 影響企業營運的工作守則和國家標準的相關法規 K4 在廣告簡報所決定的時間、成本和範圍要求	S1 解釋數據並評估數據如何使用的分析技能 S2 解釋法律和倫理要求，製作研究簡報和報告的讀寫技能 S3 蒐集並分析數據的計算技能 S4 進行市場研究的研究和數據蒐集技能
	T1.2 選擇研	O1.2.1 廣告	P1.2.1 選擇適當研究方法，並確認研究			

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)
	究方法	策略規劃書	<p>預算和時間期程</p> <p>P1.2.2 評估初級和次級研究方法能提供的資訊量</p> <p>P1.2.3 在時間和預算內，選擇最可能提供所需資訊的廣告前測方法</p> <p>P1.2.4 準備詳盡說明研究目標、方法、預算、時間表和報告要求的研究簡報</p>		<p>K5 適用市場研究和數據分析的技術</p> <p>K6 統計和研究方法與技術</p>	
	T1.3 使用廣告研究結果	O1.3.1 廣告策略修正	<p>P1.3.1 使用適當技術分析研究結果，以確認結果對於廣告策略、預算和時間表之影響</p> <p>P1.3.2 調整廣告策略、預算和時間表以反應研究結果</p> <p>P1.3.3 修正廣告策略以符合法律、道德倫理要求以及廣告商的要求</p>			
T2 發展創意及媒體計畫	T2.1 發展創意內容及確認媒體需求		<p>P2.1.1 從廣告目的確認訴求對象之特色，並準備詳盡的消費者輪廓描述</p> <p>P2.1.2 分析產品市場因素，以判定所選擇廣告媒體的接觸率與重複率</p> <p>P2.1.3 發展廣告訊息的創意內容，並決定媒體實行計畫</p> <p>P2.1.4. 確認符合廣告目的的媒體購買需求</p>	5	<p>K7 資料分析及相關技術</p> <p>K8 有關廣告產業的法律和道德倫理要求</p> <p>K9 組織所提供之程序和服務</p> <p>K10 組織預算和資源限制</p> <p>K11 廣告媒體的原則和特色、媒體和廣告策略的型態</p> <p>K12 描述媒體目標對象的術語</p>	<p>S5 諮詢媒體排程表的溝通技能</p> <p>S6 比較及衡量各種媒體之優勢的評估技能</p> <p>S7 解釋不同媒體的特色以符合廣告目的需求的讀寫技能</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)
			P2.1.5 確認媒體預算，並認知法規與自身限制條件		K13 對數位媒體產業的認知	
	T2.2 選擇媒體載具	O2.2.1 媒體載具規劃	<p>P2.2.1 依據過去採用媒體之表現，評估媒體載具的優缺點</p> <p>P2.2.2.運用其他廣告主資料等工具，評估並測試新的媒體載具</p> <p>P2.2.3 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>P2.2.4 在預算之內選擇符合廣告表現的創意、觸及率以及頻率的媒體</p> <p>P2.2.5.確保所選擇之媒體載具符合法律和道德要求</p>			
	T2.3 制定媒體計畫與排程	O2.3.1 媒體排程表	<p>P2.3.1 確保媒體排程表和時機符合廣告目的的需求</p> <p>P2.3.2 配合廣告目的的需求，決定訊息露出之媒體排程</p> <p>P2.3.3 創造可滿足廣告主的媒體排程表</p> <p>P2.3.4 在預算限制內為廣告主發展媒體排程的替代方案</p> <p>P2.3.5 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>			
	T2.4 製作媒體計畫	O2.4.1 媒體計畫(包含廣	P2.4.1 媒體計畫要能夠清楚定義廣告目的需求，並提供支持各項需求的佐			

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)
		告目的需求與佐證資料、推薦媒體與載具之理由、預算分配、預估效益與衡量標準)	證 P2.4.2 在媒體計畫裡清楚標明選擇推薦之媒體與載具的理由 P2.4.3 確保媒體計畫包含每個媒體以及廣告期間的預算分配 P2.4.4 在媒體計畫中預估廣告媒體效果，並訂定評估媒體計畫有效性的衡量標準			
T3 管理客戶服務品質	T3.1 確保規劃達成內部和外部客戶要求		P3.1.1 規劃時應調查、確認並評估客戶的需求 P3.1.2 確保計畫滿足客戶期望的品質、時間和成本規格	5	K14 處理客戶服務和客戶抱怨的組織政策和流程 K15 服務標準和最佳實務典範 K16 公共關係和產品推廣 K17 服務客戶的技巧，包括具有特定需求的客戶 K18 解決抱怨的技巧： <ul style="list-style-type: none"> ■ 客戶行為 ■ 客戶需求研究 ■ 客戶關係 ■ 持續服務中的產品/或服務品質 ■ 問題確認和解決方案 ■ 解決客戶抱怨的時間點決策 	S8 對所提供的產品及服務的趨勢與定位的分析能力 S9 溝通技能： <ul style="list-style-type: none"> ■ 輔導、教導員工和同事 ■ 監控並建議客戶服務策略 S10 讀寫技能： <ul style="list-style-type: none"> ■ 編輯並校對內容以確保意義的釐清 ■ 文法及標點符號的準確性 ■ 根據目標對象準備資訊和報告 ■ 閱讀並理解各種文字內容 S11 問題解決能力： <ul style="list-style-type: none"> ■ 處理客戶詢問或抱怨 ■ 處理複雜和非常規性的問題 ■ 選擇並使用適合任務的技能
	T3.2 確保交付產品和服務的品質		P3.2.1 依組織業績計畫，交付符合客戶規格的產品和服務 P3.2.2 監控團隊表現，以求穩定地符合組織的品質和交付標準 P3.2.3 協助同事克服客戶服務的困難			
	T3.3 監控、調整並評量客戶服務	O3.3.1 客戶服務檢討報告	P3.3.1 構思並運用方法來監控客戶服務過程，以達成產品/或服務的目標和標準 P3.3.2 構思並運用方法來獲得客戶回饋，以改善提供的產品和服務 P3.3.3.構思、取得並有效運用資源以提			

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>供客戶高品質的產品和服務</p> <p>P3.3.4 依據向適當的個人和團體諮詢的結果，制定決策以解決問題，並調整提供給客戶的服務、產品和服務</p> <p>P3.3.5 以系統和流程管理各類紀錄、報告和建議</p>		<ul style="list-style-type: none"> ■ 提供客戶優質服務 <p>K19 記錄和管理方法</p> <p>K20 追蹤、管理和引進方法以改善客戶服務關係的策略</p> <p>K21 獲得客戶回饋的策略</p>	<p>S12 自我管理技能：</p> <ul style="list-style-type: none"> ■ 遵守政策和程序 ■ 持續追蹤並評估自身績效 ■ 尋求學習機會
T4 預算管理與財務計畫	T4.1 規劃財務管理方法	O4.1.1 預算/財務計畫書	<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共同釐清預算/財務計畫，以確保計畫的可達成性、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>	5	<p>K22 基礎會計概念</p> <p>K23 組織要求相關之財務管理知識</p> <p>K24 稅務當局相關之法律要求(包括商品及服務稅等)</p> <p>K25 組織記錄及審計知識</p> <p>K26 具備編列預算、現金流、及製作電子表單</p> <p>K27 處理商品及服務稅務</p> <p>K28 處理分類帳、財務報表、及損益表</p>	<p>S13 閱讀、理解預算及更新預算經費的計數技能</p> <p>S14 使用財務記錄保存相關軟體的技術技能</p>
	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 財務支出相關電子表單紀錄	<p>P4.3.1 執执行程序以監視實際支出，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</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)
			變化與超支情形 P4.3.3 依需求執行、監視、修正應變方案以維持財務目標 P4.3.4 按組織協議呈報預算及支出			
	T4.4 審查 評估財務管理過程	O4.4.1 分類帳報表 O4.4.2 財務報表 O4.4.3 損益表 O4.4.4 財務報告書	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 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			
T5 規劃市場研究	T5.1 確認市場研究需求		P5.1.1 與相關人員溝通市場研究在企業營運中的角色 P5.1.2 確認市場研究對於企業活動的貢獻 P5.1.3 分析企業規劃和績效文件以決定研究需求 P5.1.4 向相關人員資詢以決定研究需求 P5.1.5 發展市場研究需求的說明文件	4	K29 市場研究的原理和慣例： <ul style="list-style-type: none"> ■ 資料處理方法和分析技術 ■ 符合預算和其他資源限制的專案設計 ■ 樣本的設計 ■ 假設的方法和使用方式 ■ 研究在企業發展中的角色 ■ 質化和量化研究的角色和使用方式 	S15 設定並管理市場研究預算的財務技能 S16 取得來自資深管理階層認同提案的協商技能 S17 發展複雜市場研究計畫（包括時間表和選擇方案）的組織和時間管理技能 S18 判定組織市場研究需求的研究和資料蒐集技能
	T5.2 定義市場研究目標	O5.2.1 市場研究目標草案	P5.2.1 撰寫研究目標草案 P5.2.2 進行初步專案範圍界定 P5.2.3 向相關人員諮詢研究草案目標，			

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)
			以確保所蒐集資訊之相關性和可用性 P5.2.4 檢視並完成市場研究目標草案		<ul style="list-style-type: none"> ■ 調查工具的使用方式 K1 專案規劃原理和慣例： <ul style="list-style-type: none"> ■ 諮詢和利害關係人的參與 ■ 時間表、預算和其他執行計畫的發展 ■ 獲得批准 ■ 需求分析 ■ 範圍實務 ■ 統計方法和技術 	
	T5.3 定義資料蒐集途徑	O5.3.1 市場資訊蒐集工具規劃(如：訪談題綱、問卷等)	P5.3.1 確認符合目標需求的資料型態 P5.3.2 決定最佳的資料型態組合以符合目標需求 P5.3.3 確認並評估適合資料蒐集的方法 P5.3.4 確認資料來源 P5.3.5 將所需的資料量化 P5.3.6 確認並評估適合的資料處理方法 P5.3.7 將相關資料的型態、組合、蒐集方法、來源、數量以及處理方法做最後決定			
	T5.4 發展市場研究計畫	O5.4.1 市場研究計畫書	P5.4.1 為市場研究計畫預估所需資源和時間表 P5.4.2 判定市場研究專案的可行性 P5.4.3 製作市場研究計畫 P5.4.4 獲得適當人員的核准以執行計畫			

職能內涵 (A=attitude 態度)

- A01 正直誠實：展現高道德標準及值得信賴的行為，且能以維持組織誠信為行事原則，瞭解違反組織、自己及他人的道德標準之影響。
- A02 自信心：在表達意見、做決定、面對挑戰或挫折時，相信自己有足夠的能力去應付；面對他人反對意見時，能獨自站穩自己的立場。
- A03 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。

職能內涵 (A=attitude 態度)

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 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 應對不明狀況：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。

A08 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。

A09 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。

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，且具 3 年以上廣告客戶管理相關經歷。