

展覽行銷企劃經理職能基準

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	BAS1219-004v3	展覽行銷企劃經理	最新版本	略	2022/12/30
V2	BAS1219-004v2	展覽行銷企劃經理	歷史版本	已被《BAS1219-004v3》取代	2019/12/11
V1	BAS1219-004v1	展覽行銷企劃經理	歷史版本	已被《BAS1219-004v2》取代	2016/12/31

職能基準代碼		BAS1219-004v3			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	展覽行銷企劃經理		
所屬 類別	職類別	企業經營管理/行政支援		職類別代碼	BAS
	職業別	其他企業服務及行政經理		職業別代碼	1219
	行業別	支援服務業 / 行政支援服務業 / 會議與展覽服務業		行業別代碼	N8202
工作描述		依據搜集到的市場資訊規劃與執行市場研究調查；擬定展覽行銷策略；執行展覽行銷專案活動；管理行銷團隊人員；並確保顧客滿意度。			
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 研擬展覽行銷策略	T1.1 市場研究	O1.1.1 市場研究報告	P1.1.1 監督行銷團隊人員，針對本次展覽產業進行市場調查，以得到目前產業市場的相關情報。 P1.1.2 監督行銷團隊人員，針對買主 (B2B) 或	5	K04 統計軟體應用 K19 會展科技應用 K21 產業趨勢分析 K31 會展相關法律知識	S12 資訊與科技應用能力 S13 外在環境感知力 S14 策略性思考 S15 組織能力

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>消費者 (B2C) 的行為模式進行分析。</p> <p>P1.1.3 外部產業公協會與相關主管機關的經營。</p> <p>P1.1.4 具備虛實融合經營模式知識與能力。</p>		<p>K45 國際會展趨勢</p> <p>K65 商業套裝軟體</p> <p>K67 永續會展</p>	<p>S16 邏輯思考能力</p> <p>S39 市場調查能力</p>
	T1.2 判斷展覽行銷策略	O1.2.1 不同展覽的策略方案	<p>P1.2.1 根據市場調查結果，判斷市場對於展覽發展的接受程度。</p> <p>P1.2.2 分析市面上相關展覽的行銷策略與現場活動執行績效。</p> <p>P1.2.3 分析展覽舉辦地點的優劣勢。</p> <p>P1.2.4 擬定本次展覽的行銷策略，並找出展覽的亮點進行宣傳。</p> <p>P1.2.5 恪遵永續會展政策與措施。</p>			
T2 管理行銷團隊	T2.1 分派行銷團隊工作任務	O2.1.1 工作任務分派表	<p>P2.1.1 確認此次展覽活動所需執行的行銷任務。</p> <p>P2.1.2 選派適當人員執行不同的行銷任務。</p>	5	<p>K19 會展科技應用</p> <p>K20 專案管理</p> <p>K21 產業趨勢分析</p> <p>K25 團隊激勵與領導技巧</p> <p>K26 人力資源管理</p> <p>K58 風險管理</p> <p>K67 永續會展</p> <p>K69 企業資源規劃 (ERP)</p>	<p>S06 溝通</p> <p>S12 資訊與科技應用能力</p> <p>S13 外在環境感知力</p> <p>S15 組織能力</p> <p>S17 衝突管理</p> <p>S18 領導能力</p> <p>S24 表達說明能力</p> <p>S36 整合能力</p>
	T2.2 訓練團隊成員具備相對能力	O2.2.1 訓練課程	<p>P2.2.1 確認團隊成員是否具備相關工作能力，如不具備者，需給予相關訓練課程。</p> <p>P2.2.2 施予團隊成員虛實融合訓練及能力。</p> <p>P2.2.3 施予團隊成員永續會展訓練及能力。</p> <p>P2.2.4 課程結束後，需對成員能力進行檢核。</p>			
	T2.3 監督	O2.3.1 工	P2.3.1 對行銷團隊成員進行監督管理，以確保產			

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)
	行銷團隊	作績效評估表	<p>出水準。</p> <p>P2.3.2 掌控團隊成員的工作進度。</p> <p>P2.3.3 確保所有成員都能執行適當的工作，如有不適任情形要隨時進行調整。</p> <p>P2.3.4 激勵員工達成工作任務要求。</p> <p>P2.3.5 應用企業資源規劃管理團隊。</p>			
T3 執行行銷企劃	T3.1 確定展覽行銷主軸與定位	O3.1.1 行銷機會比較分析報告	<p>P3.1.1 分析市場的需求狀況，確定可以執行的行銷模式。</p> <p>P3.1.2 確認可應用的新科技與新方法，發展創新行銷機會。</p> <p>P3.1.3 根據行銷企劃專員所提報的產業趨勢分析與市場調查結果，確定展覽的行銷主軸與市場定位。</p> <p>P3.1.4 根據確定的行銷主軸，選定所使用的行銷媒體，以及可運用的文宣產品。</p>	5	K09 財務管理 K19 會展科技應用 K20 專案管理 K24 整合行銷策略 K28 品牌管理 K29 簡報企劃與表達技巧 K30 談判技巧與協商策略 K67 永續會展 K69 企業資源規劃 (ERP)	S01 問題分析 S04 合作協調能力 S06 溝通 S12 資訊與科技應用能力 S13 外在環境感知力 S15 組織能力 S31 專案執行能力
	T3.2 提出展覽行銷企劃書	O3.2.1 展覽活動市場區隔與定位分析	<p>P3.2.1 將確認的展覽行銷主軸、定位、進行方式與應用資源。</p> <p>P3.2.2 指導行銷團隊成員撰寫行銷企劃書，並檢視企劃書內容是否適當。</p>			
	T3.3 向個	O3.3.1 提	P3.3.1 根據客戶的需求，設計與客戶相關的企劃			

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)
	別客戶提出企劃書	案企劃書	書。 P3.3.2 向客戶推廣永續會展觀念並提出具體落實作為。 P3.3.3 將企劃書內容交由業務單位向客戶提案。			
	T3.4 與其他部門協商可運用的資源	O3.4.1 跨部門協調會議記錄	P3.4.1 與相關部門協調，確定可在適當時間提供可運用的行銷資源。 P3.4.2 確定各項宣傳活動的進度有按照企劃時間執行，並確認行銷績效。 P3.4.3 應用業資源規劃協調其他部門可用資源。			
	T3.5 掌控預算並執行進度	O3.5.1 預算報表 進度分析表	P3.5.1 控制花費符合預算所需。 P3.5.2 在預算限制下，達到行銷企劃所需的績效。			
T4 監督行銷策略執行	T4.1 確認行銷文宣品內容	O4.1.1 紙本及電子郵件訊息 (DM、EDM)、專刊	P4.1.1 確認所有行銷文宣品內容的市場區隔與定位設計。 P4.1.2 確認所有行銷文宣品的共同溝通理念。 P4.1.3 監督行銷影片等各種文宣品之製作及評估投放社群媒體之效益。 P4.1.4 監督所有行銷文宣品在計畫時程內完成。	5	K19 會展科技應用 (新增) K31 會展相關法律知識 K32 危機處理 K33 情緒與衝突管理 K34 媒體管理 K44 展覽現場管理 K58 風險管理	S01 問題分析 S04 合作協調能力 S06 溝通 S10 品質導向 S12 資訊與科技應用能力 S18 領導能力 S19 問題解決
	T4.2 確定	O4.2.1 現	P4.2.1 確認展覽現場執行的活動內容是否可以達			

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)
	舉辦活動內容	場活動 O4.2.2 記者招待會 O4.2.3 新聞稿	到行銷效果。 P4.2.2 確認記者招待會邀約成員，並監控邀約進度。 P4.2.3 線上宣導及現場防疫。 P4.2.4 確認記者招待會的新聞稿內容。		K68 公共衛生	S15 組織能力 S20 緊急應變能力 S21 正確傾聽 S45 會展科技應用行銷能力
	T4.3 追蹤行銷宣傳效果	O4.3.1 各項行銷宣傳活動報表	P4.3.1 根據各項行銷宣傳成果，確認是否達成宣傳績效。 P4.3.2 未達到績效目標的行銷宣傳活動，要加強人力物力到達到績效目標為止。			
	T4.4 監督現場活動	O4.4.1 開幕典禮 O4.4.2 競賽活動 O4.4.3 專業研討會	P4.4.1 監督會場相關活動順利進行。 P4.4.2 處理活動現場發生的緊急應變事項。			
T5 分析展覽效益	T5.1 評估市場趨勢	O5.1.1 績效分析 O5.1.2 結案報告	P5.1.1 根據展覽效益分析，評估未來產業市場的發展趨勢。	5	K02 市場調查 K21 產業趨勢分析 K35 顧客關係管理 K36 財務規劃 K39 投資報酬率評估	S01 問題分析 S19 問題解決 S22 客戶服務與聯繫能力 S23 有效聯結
	T5.2 確定	O5.2.1 檢	P5.2.1 根據結案報告，確定未來展覽行銷的改進			

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)
	未來展覽 行銷方向	討報告	方向。 P5.2.2 根據顧客滿意度調查結果，評估未來展會活動的走向（主辦展：B2B 展為採購商、B2C 展為消費者；代理展為參展商）。			

職能內涵 (A=attitude 態度)		
A01 壓力容忍	A07 喜愛創新求變	A14 冒險挑戰
A02 團隊意識	A08 情緒管理	A15 耐心
A03 謹慎細心	A09 對工作的熱忱	A18 應對突發狀況
A04 好奇開放	A10 責任感	A19 追求卓越
A05 主動積極	A11 創造力	A20 親和力
A06 自我管理	A12 樂觀	A24 自我提升

說明與補充事項
<ul style="list-style-type: none"> ● 建議擔任此職類/職業之學歷/經歷/或能力條件： <ul style="list-style-type: none"> • 學歷：大學以上，不限科系。 • 經歷： <ol style="list-style-type: none"> 1. 在展覽、活動行銷、廣告或公關公司等相關領域至少有 3 年以上具備專案執行的經驗。 2. 具創意之展覽行銷活動企劃與執行能力，且能掌握國際市場趨勢、產業動態，執行行銷策略規劃。 3. 具備永續會展規劃與執行能力，融合虛實融合通路之經驗更佳。

說明與補充事項

- **語言能力：**
 1. 涉外事務之展覽行銷企劃經理需具備英文書信、口語溝通、提案簡報能力，多益成績約需 750 分或同等級之英語能力檢定；若具備第二外文（德、法、日）更佳。
 2. 辦理國內展者則約需多益 600 分或同等級檢定之英語能力。
- **文書軟體：**具備 Word、PowerPoint、Excel 等軟體使用能力；需熟悉網路媒體、社群媒體投放廣告。
- **會展認證：**需通過初階會議展覽專業人員認證，辦理涉外業務者，建議曾修習並取得 CMP、CEM、CIS 等其中任一國際會展認證，面試時予以加分。