

代銷企劃設計職能基準

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	KPS3334-009v2	代銷企劃設計	最新版本	略	2020/10/31
	KPS3334-009	代銷企劃設計	歷史版本	已被《KPS3334-009v2》取代	2017/10/31

職能基準代碼		KPS3334-009v2			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	代銷企劃設計		
所屬類別	職類別	行銷與銷售/專業銷售	職類別代碼	KPS	
	職業別	不動產經紀人	職業別代碼	3334	
	行業別	不動產業/不動產經營及相關服務業	行業別代碼	L6812	
工作描述		不動產個案廣告企劃及廣告策略擬定。			
基準級別		3			

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設計與整合行銷圖文計畫	T1.1決定行銷傳播要求		P1.1.1 與業主 ^{【註1】} 確認行銷目標。 P1.1.2 獲得業主和產品的資訊。 P1.1.3與業主評量行銷傳播的可能結果。 P1.1.4 依據預算與業主確認行銷傳播操作之分配。	3	K01 媒體選項的選擇在經濟、社會和產業趨勢 K02 媒體選擇的產業產品或服務項目 K03 客戶行為和影響客戶行為的原則 K04 為不同市場行銷溝通選擇的範圍	S01 溝通協調能力 S02 行銷傳播能力 S03 讀寫能力 S04 成本估算能力 S05 分析能力 S06 時間管控能力 S07 蒐集資訊能力 S08 電腦操作能力
	T1.2設計整合行銷溝通策略		P1.2.1 依據行銷計畫，選擇適合的行銷傳播方式。			

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>P1.2.2 分析各項行銷傳播方式的優勢和劣勢，以及產品或服務的媒體/媒介。</p> <p>P1.2.3 分析目標族群中，主要和次要行銷媒體的消費習慣。</p> <p>P1.2.4 評估媒體風格，以符合產品或服務的品牌特色。</p> <p>P1.2.5 比較媒體計畫中所選擇的多媒體之優勢和劣勢。</p>		K05行銷宣傳選擇的媒體載具範圍	
	T1.3選擇並推薦行銷策略的媒體		<p>P1.3.1 選擇符合產品或服務行銷計畫要求的媒體載具。</p> <p>P1.3.2 推薦符合目標對象的主要和次要行銷媒體。</p> <p>P1.3.3確保所推薦的媒體符合行銷計畫與業主需求，以及法律和道德倫理限制。</p>			
	T1.4開發創意提案	O1.4.1創意提案內容	<p>P1.4.1依據業主及客戶^{【註2】}需求選擇創意內容。</p> <p>P1.4.2 提案產品或服務的推銷或吸引力，應符合業主及客戶要求。</p> <p>P1.4.3 確認業主及客戶理解提案內產品或服務的資訊。</p>			
T2創造	T2.1釐清工作需求		P2.1.1 向相關人員諮詢，確認需要的	4	K06產業知識：包含專案團	S01溝通協調能力

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)
視覺設計元素			<p>視覺設計元素類型。</p> <p>P2.1.2 與相關人員討論後，判定可能決定或影響視覺設計概念的因素，包括設計技巧。</p> <p>P2.1.3 與相關人員討論以釐清目標使用者與對象，並決定格式及輸出平臺。</p>		<p>隊成員的角色與職責、技術與創意之間的關係、媒體專案需求的基本理解</p> <p>K07版面設計及構圖的基本設計原則</p> <p>K08數位及傳統影像特性</p> <p>K09視覺設計和傳播原理</p> <p>K10印刷術</p> <p>K11中央及地方相關法規^{【註3】}</p>	<p>S06時間管控能力</p> <p>S08電腦操作能力</p> <p>S09團隊合作能力</p> <p>S10繪圖軟體應用能力</p> <p>S11視覺設計能力</p> <p>S12自我管理能力的</p>
	T2.2產生並評估構想	O2.2.1視覺設計構想	<p>P2.2.1 檢視媒體產品、設計、圖像、圖稿和其他可能激發視覺設計靈感的創意來源。</p> <p>P2.2.2 獲取其它可能影響設計構想的相關資訊。</p> <p>P2.2.3 產生一系列在技術上可行，能回應規格且對所有設計問題能提供創意解決方案的視覺設計構想。</p> <p>P2.2.4 使用設計技巧，向相關人員展示視覺設計構想。</p>			
	T2.3規劃視覺設計		<p>P2.3.1 以傳統及數位成像技術進行實驗，創造所需的視覺設計元素。</p> <p>P2.3.2 探索各種文字編排設計要素及視覺設計要素，以創造元素。</p>			

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>P2.3.3 就探索的發現、初始設計構想及規格進行評估並與相關人員討論，以選擇最終的設計概念。</p> <p>P2.3.4 選擇設計技巧並與相關人員討論，以確保格式能滿足輸出平臺的要求。</p>			
	T2.4完成視覺設計元素	O2.4.1視覺設計元素	<p>P2.4.1 使用選定的設計技巧，依據最終的設計概念來開發元素的結構。</p> <p>P2.4.2 應用視覺設計原則及傳播原理來製作元素。</p> <p>P2.4.3 以適當的格式儲存視覺設計，以滿足向相關人員諮詢而決定之技術參數。</p> <p>P2.4.4 與相關人員討論確認額外的要求或修改，並執行所有必要的修正。</p>			

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管理廣告製作	T3.1規劃廣告製作流程		<p>P3.1.1 確認創意和製作工作時間和預算要求。</p> <p>P3.1.2 評估創意簡報並確認影響製作流程的因素。</p> <p>P3.1.3 調查並決定廣告製作流程與規格，以符合行銷計畫之要求。</p> <p>P3.1.4 對製作期間可能的失誤的影響，規劃補救措施。</p>	3	<p>K11中央及地方相關法規</p> <p>K12公司預算及產品(或服務)</p> <p>K13廣告和創意簡介，以及媒體計畫的內容</p> <p>K14印刷、電視、電影、廣播和影音製作流程</p> <p>K15製作成本分析</p>	<p>S01溝通協調能力</p> <p>S03讀寫能力</p> <p>S05分析能力</p> <p>S06時間管控能力</p> <p>S13規劃與組織能力</p> <p>S14專案管理能力</p> <p>S15資訊科技應用能力</p>
	T3.2評估並選擇合作夥伴		<p>P3.2.1 確認製作流程各項元素的合作夥伴。</p> <p>P3.2.2 評估合作夥伴專業能力，以符合製作、預算和時間表要求。</p> <p>P3.2.3 合作夥伴優點和超值服務及能力應達最基本標準，並應符合法律和道德倫理要求。</p> <p>P3.2.4 合作夥伴提案簡報、時間表和流程應明確化。</p> <p>P3.2.5 對合作夥伴製作過程之誤失，應提出處理及補償方案。</p>		<p>K16廣告產業法律和道德倫理原則</p> <p>K17如何使用軟體並操作在廣告製作流程中所使用的設備</p>	
	T3.3指導廣告製作流程		<p>P3.3.1 整合與管理廣告製作流程以符合行銷計畫之要求。</p> <p>P3.3.2 製作遵循法律和道德倫理要求的廣告製作物。</p>			

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)
T4協助行銷不動產出售	T4.1協助準備行銷資料	O4.1.1廣告製作務	<p>P4.1.1 採用合適的溝通技巧，與相關不動產銷售人員確認有關業主對行銷資料的需求。</p> <p>P4.1.2 協助不動產銷售人員依據業主指示和代銷業務，準備廣告製作物。</p>	3	<p>K11 中央及地方相關法規</p> <p>K18 審查行銷活動與資料之效能之要件</p> <p>K19 支援有效行銷資料之原則</p> <p>K20 考慮審議中的各種因素，有效的行銷手段、計畫、活動和素材</p> <p>K21 影響行銷手段選擇的因素</p> <p>K22 行銷計畫和相關預算</p> <p>K23 行銷素材</p> <p>K24 風險管理策略</p> <p>K25 遇不動產證明無法租賃的解決方法</p>	<p>S01 溝通協調能力</p> <p>S03 讀寫能力</p> <p>S05 分析能力</p> <p>S07 蒐集資訊能力</p> <p>S08 電腦操作能力</p> <p>S09 團隊合作能力</p> <p>S13 規劃與組織能力</p> <p>S15 資訊科技應用能力</p> <p>S16 風險管理能力</p> <p>S17 決策能力</p> <p>S18 文書處理能力</p> <p>S19 計算能力</p>
	T4.2協助舉行不動產行銷活動		<p>P4.2.1 進行不動產行銷活動時，明白自身與其他相關人員之職責與責任歸屬。</p> <p>P4.2.2 行銷活動的執行，係按照核准的行銷計畫和預算。</p> <p>P4.2.3 在規劃與執行行銷活動時，提供相關不動產銷售人員符合經銷實務與相關法規之協助。</p> <p>P4.2.4 參與行銷不動產的人員，應根據職責和負責項目加以記錄。</p> <p>P4.2.5 與潛在業主建立良好關係。</p> <p>P4.2.6 妥善且如實回覆潛在業主之疑問，或由專人協助。</p> <p>P4.2.7 於代表機構發言及回覆潛在客戶疑慮時，運用有效的溝通、簡報技巧。</p>			

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)
	T4.3協助不動產發展行銷計畫	O4.3.1不動產行銷計畫	<p>P4.3.1 和業主討論潛在的客戶，以有效進行不動產行銷。</p> <p>P4.3.2 和業主討論行銷不動產的策略和時間，包含可能的行銷活動。</p> <p>P4.3.3 和業主討論不同的行銷策略和活動。</p> <p>P4.3.4 準備並提交資產的行銷計畫給業主，且須符合機構的規定。</p> <p>P4.3.5 業主同意行銷計畫，包含行銷活動和預算。</p>			
	T4.4檢查廣告製作物		<p>P4.4.1廣告製作物反映議定的不動產和代銷公司的行銷計畫，且都在核准的預算和時間範圍內。</p> <p>P4.4.2 確認廣告製作物的精確性，並符合代銷公司及法律規定。</p>			

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)
	T4.5檢討行銷活動和計畫		<p>P4.5.1 對照行銷計畫的目的和目標，對行銷活動再次檢查。</p> <p>P4.5.2 根據代銷公司的規定，對行銷活動結果的回饋，尋找可信的方法及核實的數據。</p> <p>P4.5.3 行銷活動的替代方案和計畫調整，會和相關人員商議評估。</p> <p>P4.5.4 檢討計畫和行銷過程，以評估、鑑定未來活動中可能改善之處。</p> <p>P4.5.5 從可證實的證據準備決議，為未來的行銷提案提供建議。</p>			

職能內涵 (=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

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

- 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，具3年以上廣告/行銷/企劃相關工作經驗。

說明與補充事項

- 【註1】業主：如建商、開發商、地主等。
- 【註2】客戶：如購屋者、一般消費大眾等。
- 【註3】中央及地方相關法規，可能包括：
 - 性別工作平等法、消費者保護法、公平交易法、勞動基準法、職業安全衛生相關規範
 - 洗錢防治法、地政士及不動產經紀業防制洗錢及打擊資恐辦法、不動產經紀業管理條例及施行細則、不動產說明書、重要環境設施查詢
 - 預售屋買賣信託（預售屋買賣定型化契約七條之一）、預售屋買賣定型化契約、不動產說明書、房產銷售報告、預售屋履約保證機制
 - 民法債權編、民法物權編（抵押權、最高限額抵押權、承攬人之抵押權）
 - 貸款成數、利率諮詢服務、稅務服務（遺產及贈與稅條例 / 土地稅條例）、房屋稅條例
 - 不動產經紀業或經紀人員獎勵辦法、不動產經紀營業員專業訓練機構團體認可辦法
 - 公寓大廈管理條例、社區管理規約
 - 個人資料保護法、不動產經紀業個人資料檔案安全維護管理辦法
 - 其他法規：廣播電視法暨施行細則、著作權法