

廣告文案人員職能基準

職能基準代碼		KMC2431-011v1			
職能基準名稱 (擇一填寫)		職類			
		職業	廣告文案人員		
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		與客戶溝通廣告需求，依廣告訴求對象撰寫文案。			
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 發展文案概念	T1.1 構思廣告文案概念		<p>P1.1.1 廣告文案人員負責與客戶、行銷團隊或創意團隊合作，共同討論和構思文案概念。</p> <p>P1.1.2 了解客戶的需求和目標，並創建出吸引人且符合產品特色及品牌形象的廣告主題。</p> <p>P1.1.3 搜集及參考市場調查和競爭分析數據，以瞭解目標受眾、行業趨勢和競爭環境。</p>	3	<p>K01 廣告理論和策略</p> <p>K02 目標受眾分析</p> <p>K03 品牌認知和定位</p> <p>K04 文案腳本</p> <p>K05 市場趨勢和競爭分析</p> <p>K06 消費者行為心理學</p>	<p>S01 溝通能力</p> <p>S02 文案寫作技巧</p> <p>S03 品牌理解能力</p> <p>S04 創意思考與解決能力</p> <p>S05 資訊解讀與分析</p>
T2 創作廣告文案	T2.1 撰寫廣告文案	<p>O2.1.1 文字腳本</p> <p>O2.1.2 廣告文案</p>	<p>P2.1.1 依文案策略指導撰寫符合訴求需求之文案與文字腳本。</p> <p>P2.1.2 使用文字和圖片來描述廣告的情節、角色和場景，以便其他創意團隊成員理解和執行。</p> <p>P2.1.3 撰寫廣告文案，包括廣告標語、廣告內</p>	3	<p>K01 廣告理論和策略</p> <p>K02 目標受眾分析</p> <p>K03 品牌認知和定位</p> <p>K04 文案腳本</p> <p>K05 市場趨勢和競爭分析</p> <p>K07 創意寫作</p>	<p>S01 溝通能力</p> <p>S02 文案寫作技巧</p> <p>S03 品牌理解能力</p> <p>S04 創意思考與解決能力</p> <p>S06 解說與簡報能力</p> <p>S07 調整和優化廣告文案</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 )
			文、數位媒體內容等。 P2.1.4 根據反饋和客戶要求進行文案的修改和調整，以確保廣告的創意和訊息得到充分表達。			
T3 完成廣告文案	T3.1 完成廣告文案	O3.1.1 廣告文案定案	P3.1.1 於客戶預算及時限內交付廣告文案。 P3.1.2 使用繪圖、口語、影像、簡報等方式展示廣告文案，以利客戶和團隊理解及評估。 P3.1.3 執行廣告文案並追蹤廣告效果，做為下次改進之依據。	4	K01 廣告理論和策略 K05 市場趨勢和競爭分析 K08 客戶關係管理 K09 視覺傳達	S01 溝通能力 S02 文案寫作技巧 S06 解說與簡報能力 S07 調整和優化廣告文案

#### 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持續學習：能夠展現自我提升的企圖心，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。
- A04應對不確定性：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。
- A05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。
- 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。
- A07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。

#### 說明與補充事項

- 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，且具一年以上文字相關工作經驗。

說明與補充事項

- 其他補充說明：無