

職能單元代碼	TRM4R2678v2
職能單元名稱	規劃活動贊助與行銷策略
領域類別	休閒與觀光旅遊 / 休閒遊憩管理
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、進行活動企劃</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 訂定活動行銷之目標及宗旨。</li> <li>2. 依評估之贊助及行銷之成本，製定預算表。</li> <li>3. 規劃實施及持續贊助及行銷活動之時程表。</li> <li>4. 分析並記錄贊助及活動行銷與策略及業務目標之契合度。</li> <li>5. 依組織要求制作並提交贊助及行銷活動企劃案。</li> </ol> <p>二、尋找贊助機會</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 研究並找出企業贊助<sup>【註1】</sup>及行銷活動<sup>【註2】</sup>機會。</li> <li>2. 針對各種贊助及行銷活動進行利<sup>【註3】</sup>弊<sup>【註4】</sup>分析。</li> <li>3. 找出贊助行銷活動的潛在目標群眾，並分析其動機。</li> <li>4. 確保贊助及行銷活動相關之法律、文化及道德要求。</li> <li>5. 運用各種標準，選出能有效針對目標群眾進行行銷的贊助行銷活動。</li> </ol> <p>三、開始實施贊助及行銷活動</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 針對贊助行銷活動展開協調。</li> <li>2. 在相關專家指導下擬定贊助及行銷活動合約。</li> <li>3. 蒐集必要資源，以利贊助及行銷活動之執行。</li> <li>4. 向主要工作人員簡介贊助和行銷活動及排定工作所需的投入。</li> </ol> <p>四、監督及評估贊助及行銷活動</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 確認評估標準，以確定贊助及行銷活動準備工作之效益。</li> <li>2. 依據評量，針對贊助及行銷活動準備工作提出修正建議。</li> <li>3. 記錄評量期間需改善項目，用於優化目前及未來的贊助及行銷活動計畫。</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、 解釋根據各贊助及行銷活動所適合之條件背景。</p> <p>二、 概述贊助及行銷活動策略之有效性評量法。</p>

	三、針對贊助及行銷活動合約規定，解釋可取得建議來源。
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、規劃贊助及行銷活動之策略技能。</p> <p>二、估算預算數據之技能。</p> <p>三、贊助及行銷活動策略之成效分析。</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 訂定贊助及行銷活動計畫，並詳細記錄包含贊助及行銷活動策略之目標及目的、選擇特定贊助及行銷活動之理由、預算、實施計畫、成效性評估...等。</li> <li>2. 依據計畫開始實施至少一個贊助及一個行銷活動，包括合約草案及協商過程。</li> <li>3. 評估贊助及行銷活動策略。</li> </ol> <p>二、評量情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 工作場所或模擬工作環境。</li> <li>2. 相關工作場所文件及數據。</li> <li>3. 辦公設備及資源。</li> </ol> <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 檢視為訂定贊助及行銷活動計畫所採取的各項行動證據。</li> <li>2. 針對贊助及行銷活動案例研究及情境，進行回饋分析。</li> <li>3. 觀察贊助及行銷活動所需之協商。</li> <li>4. 以口頭或書面提問評量贊助及行銷活動策略及方案之相關資料，以及與贊助及行銷活動相關法規及道德依據。</li> </ol>
說明與補充事項	<p>【註1】贊助：是指企業基於公益性、慈善性等非營利考量，透過資助某些相關標的以達成預期目標。</p> <p>【註2】行銷活動：旨在吸引及納入品牌目標群眾的促銷活動，包含由組織建立的活動（包含紀念日、盛大開幕活動、新產品介紹、公司年會）、該組織參加的活動（包含貿易展）、由該組織贊助的活動（包含體育賽事）...等。</p> <p>【註3】利：例如建立良好的關係、創造曝光機會（包含交叉銷售、超越活動或贊助直接提供之延伸性的宣傳效益、接待重要客戶及其他利益相關人士...等）、透過正面形象提升品牌認同。</p>

	<p>【註4】弊：難以計算投資報酬率、如果所贊助的活動或人士涉及負面宣傳，對品牌會有不良影響、贊助活動之設計及管理缺乏控管、僅接觸少部分品牌目標群眾、其他相關贊助商（包含是競爭者、不符合組織精神...等）...等。</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------

更新紀錄
2020年修訂職能內容。