

職能單元代碼	TTM6R0312
職能單元名稱	制訂並執行觀光產品行銷策略
領域類別	休閒與觀光旅遊/旅遊管理
職能單元級別	6
工作任務與行為指標	<p>一、蒐集並分析內部商業環境資料</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認核心活動、顧客基礎、商業價值與目前商業方向 2. 辨識並分析目前與過去的資訊【註 1】及其效果 3. 依強弱項、關鍵成功因素，檢視商業績效資訊 4. 辨識並記錄能力與資源【註 2】，包括對專家協助的需求 5. 依組織規定記錄並通報資訊 <p>二、蒐集並分析外部商業環境資料</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辨識並分析預期市場成長下滑的相關風險因素 2. 記錄並分析勞動力、人口和經濟活動的預期變化。 3. 蒐集並分析比較市場資訊【註 3】 4. 辨識並分析產業與顧客趨勢與發展【註 4】，包括新興技術與創新 5. 辨識並分析法律、倫理及永續議題【註 5】及潛在商業影響 6. 記錄並依組織規定通報資訊 <p>三、制訂行銷策略</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依內外部市場分析，辨識並分析機會 2. 探究創新的行銷方式 3. 制訂與組織方向與價值觀一致的行銷策略 4. 整合法律、倫理與永續考量 5. 與利益關係人討論並制訂策略 <p>四、準備行銷計畫</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 制訂能清楚傳達優先事項、責任、時程表與預算的行銷計畫 2. 提供及時機會，使同事協助行銷計畫 3. 依組織政策，提交行銷計畫以取得核准 <p>五、執行並監督行銷活動</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 依時程與應變計畫，實施並監督在計畫中的活動 2. 依組織政策製作行銷報告 3. 與組織成員分享行銷活動資訊，使人員知悉組織目前重心

	<p>六、持續進行評估</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 運用取得共識的方法與標竿來評估行銷活動 2. 依評估做出調整 3. 溝通並執行得到共識的改變
<p>職能內涵 (K=knowledge 知識)</p>	<p>一、與行銷特別相關的數據蒐集工具與研究方法</p> <p>二、行銷規劃技巧與格式，包括行銷計畫的關鍵特點</p> <p>三、在設定的產業情境下，會影響行銷規劃的內外部議題</p> <p>四、相關脈絡中的產業行銷與配送網路</p> <p>五、相關產業脈絡中的新式與創新行銷策略，包括現有及新興行銷科技與其創造的機會</p> <p>六、影響行銷活動的法律議題，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 消費者保護法 2. 著作權法 3. 個人資料保護法 4. 使用新科技衍生的特定議題 <p>七、行銷的倫理考量，包括：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 圖文的適當使用 2. 作業規範 3. 兒童保護相關法規 4. 針對社區內特定團體 <p>八、相關脈絡下行銷的永續考量、機會與限制，包括與以下相關者：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 文化與社會永續性 2. 行銷計劃的經濟永續性 3. 資源節約與廢棄物極小化
<p>職能內涵 (S=skills 技能)</p>	<p>一、與利益關係人間的協商溝通技能</p> <p>二、分析內外部商業環境複雜資訊的批判性思考技能</p> <p>三、主動辨識創意行銷機會的技能</p> <p>四、讀寫技能：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 研究複雜且未必熟悉的商業與行銷資訊 2. 撰寫複雜的計畫與報告 <p>五、制訂行銷資源策略與情境的運算技能</p> <p>六、協調複雜的規劃與執行流程的規劃與組織技能</p> <p>七、評估行銷活動與挑戰，制訂策略性回應的問題解決技能</p> <p>八、評估現有與新興行銷科技的技術技能</p>

<p>評量設計參考</p>	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 研究和批判分析內外部商業環境 2. 制定行銷策略並針對能反映現有相關行銷議題的產品或服務，其中包括詳細務實的執行計畫 3. 就該產品與服務，整合行銷策略、技巧與配送網路，包括新科技創造的機會 4. 展現執行與該產品與服務獨有的監督議題 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 可執行行銷規劃的真實或模擬產品或服務 2. 目前的資訊與通訊技術，以支援研究和規劃流程 3. 可協助規劃流程的利益關係人 4. 該產品與服務所行銷的對象顧客 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評估受評者規劃的行銷計畫 2. 運用個案研究以評估行銷規劃原則在不同產業狀況與情境下的應用 3. 綜合審查受評者提供的績效證據及第三方提供的工作表現報告
<p>說明與補充事項</p>	<p>【註 1】資訊來源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 商業諮詢服務 ● 金融機構 ● 政府機構 ● 業界組織 ● 業界出版品 ● 網際網路 ● 官方統計數字 ● 同行 <p>【註 2】能力與資源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 溝通能力 ● 電子商務能力 ● 設備產能 ● 金融資源 ● 營業時間 ● 人力資源

	<ul style="list-style-type: none">● 地點與位置● 人員技能水準 <p>【註 3】市場資訊可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 標竿● 典範實務資訊● 競爭對手資訊 <p>【註 4】趨勢與發展可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 人口統計● 生態與環境● 經濟● 政府活動● 產業● 社會文化● 科技面，包括社群媒體的發展 <p>【註 5】法律、倫理及永續議題可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 作業規範● 文化期望與影響● 法律規定● 永續性：<ul style="list-style-type: none">■ 環境■ 財物■ 社會
--	--