

職能單元代碼	AVA5R2460v2
職能單元名稱	制定時裝產品行銷計畫
領域類別	藝文與影音傳播 / 視覺藝術
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、分析行銷機會</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>分析時裝設計的特點，以確認促銷優勢。</li> <li>研究目標市場，判別與時裝設計有關的採購模式。</li> <li>分析時裝設計的銷售通路及其產品範圍、地點、目標市場和行銷活動。</li> <li>分析與時裝產品相關之<u>當前商品銷售實務作法</u>【<sup>註1</sup>】和趨勢。</li> <li>確認時裝設計的行銷預算。</li> </ol> <p>二、建立行銷目標</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>判定市場的客戶定位，以及時裝產品範圍。</li> <li>與客戶建立行銷及銷售目標。</li> <li>建立產品訂價策略和市場定位。</li> <li>建立時裝設計的通路需求。</li> </ol> <p>三、決定時裝設計的店內陳列方式</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>分析商店佈置、陳列空間和客戶動線。</li> <li>選擇適用於店面與設計的固定裝置、配件及展示用人檯，呈現時裝設計產品。</li> <li>依最佳的時裝設計產品陳列方式，決定<u>視覺呈現與安排</u>【<sup>註2</sup>】。</li> <li>確認摺疊與包裝需求。</li> <li>確認並準備銷售時裝設計的相關資訊，提供銷售人員作為輔助。</li> <li>確認商品上市的時程。</li> <li>建立銷售紀錄文件，以監管商品行銷活動的有效性。</li> <li>確認<u>訂價政策與程序</u>【<sup>註3</sup>】。</li> </ol> <p>四、決定時裝設計的廣告和促銷方式</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>選擇<u>促銷活動</u>【<sup>註4</sup>】以支持時裝設計的銷售。</li> <li>決定適合時裝設計產品和客戶行銷目標的<u>促銷和廣告素材</u>【<sup>註5</sup>】。</li> <li>依需要安排攝影和視覺表現。</li> <li>評估促銷和廣告活動的有效性。</li> </ol>

	<p>5. 提交行銷計畫給客戶並進行討論。</p> <p><b>五、研擬並發表行銷計畫</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 制定詳細的發表、促銷和廣告活動的行銷計畫。</li> <li>2. 評估行銷計畫是否能有效符合行銷目標、時程及預算要求。</li> <li>3. 提交行銷計畫給客戶並進行討論。</li> <li>4. 接受客戶回應並納入後續提案。</li> </ol> <p><b>六、記錄行銷計畫</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依<u>產業實務規範</u>【註6】記錄行銷計畫。</li> <li>2. 記錄行銷機會和策略的報告，並適時提供給工作場所的相關人員。</li> </ol>
<b>工作產出</b>	<p>一、銷售紀錄文件</p> <p>二、行銷計畫書</p> <p>三、行銷機會與策略紀錄文件</p>
<b>職能內涵 (K=knowledge 知識)</b>	<p>一、職業安全衛生相關法規</p> <p>二、時裝產業的行銷實務規範</p> <p>三、目標市場的特色與採購風格</p> <p>四、商品行銷與服務的範疇及可行性</p> <p>五、客戶需求與市場趨勢</p> <p>六、品質標準實務</p> <p>七、組織紀錄與報告</p>
<b>職能內涵 (S=skills 技能)</b>	<p>一、溝通協調能力</p> <p>二、時裝產品行銷專案制定能力</p> <p>三、行銷步驟與程序規劃及執行能力</p> <p>四、任務相關資訊釐清與確認能力</p> <p>五、市場研究與分析能力</p> <p>六、專案文件撰寫與簡報能力</p>
<b>評量設計參考</b>	<p><b>一、評量證據</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 能識別特定時裝設計適用的陳列、促銷及廣告。</li> <li>2. 能建立行銷目標與吸引目標市場。</li> <li>3. 能因應整體行銷計畫協調選擇方案和活動。</li> <li>4. 能記錄行銷計畫。</li> </ol> <p><b>二、評量情境與資源</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 通用領域及特定專業資料等相關文件。</li> <li>2. 相關軟硬體設備。</li> <li>3. 於適當的模擬環境內進行評量。</li> </ol>

	<p>4. 視需要提供適當的學習和評量協助。</p> <p>5. 符合職業安全衛生相關法規及作業程序。</p> <p><b>三、評量方法</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 於真實或模擬工作條件下直接觀察受評者進行制定時裝產品行銷計畫等任務。</li> <li>2. 口頭或書面評量，確認受評者能辨認並正確解讀實作時所需的基礎知識。</li> <li>3. 評量者設計情境題庫，評估受評者之問題處理能力。</li> <li>4. 檢視受評者證據行銷計畫書。</li> <li>5. 受評者以簡報方式進行成果說明。</li> <li>6. 受評者口頭說明或展示其所參與之行銷案例。</li> </ol>
說明與補充事項	<p><b>【註1】</b> 當前商品銷售實務作法：如 POS 資訊管理系統追蹤、即時回報銷售資訊予製造商、隔夜補貨、即時作業系統等。</p> <p><b>【註2】</b> 視覺呈現與安排：如顏色與主題安排、訂價、尺寸及款式安排、成套搭配或配件安排、擺放固定裝備、配件及展示用人台、使用額外道具、店內佈置、標誌等。</p> <p><b>【註3】</b> 訂價政策與程序：如標記滯銷庫存、弄髒或損壞的商品、即期品、季末庫存長期和短期、內部和外部考量、訂價政策、商品和服務稅的要求等。</p> <p><b>【註4】</b> 促銷活動：如噱頭、銷售獎勵、特別優惠、降價、廣告、產品品牌活動、包裝特色、展示發表、時裝遊行等。</p> <p><b>【註5】</b> 促銷和廣告素材：如宣傳手冊、傳單、海報、相片、標籤、票卷、印刷品、影音或電子廣告等。</p> <p><b>【註6】</b> 產業實務規範：如格式化與結構、圖片與陳列細節的內容、設計特色和優勢促銷、口頭或書面報告、口頭、書面或影像傳播、行銷目標的內容、適當細節的內容等。</p>

#### 更新紀錄

2023 年修訂職能內容。