

職能單元代碼	AVA5R0382v2
職能單元名稱	發展商品陳列策略
領域類別	藝文與影音傳播 / 視覺藝術
職能單元級別	5
工作任務與行為指標	<p>一、製作視覺表現</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 製作<u>視覺表現</u>【註1】，以達成專案簡報需求。 2. 數位影像作品需符合評價及規劃目的。 <p>二、製作並裝置商品陳列</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 設計符合客戶需求的<u>宣傳元素</u>【註2】。 2. 發展視覺概念裝置。 3. 與客戶確認宣傳元素和視覺概念。 4. 在行動計畫中概述實施過程。 5. 符合設計元素的製造材料。 6. 依<u>產業標準</u>【註3】和客戶需求安裝並拆卸陳設。 <p>三、製作商品陳列和促銷計畫</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確認商品陳列庫存和銷售報告。 2. 分析賣家資訊。 3. 運用目標消費者購買行為的銷售分析，製作銷售策略。 4. 為季節性促銷宣傳，開發產業標準提案。 5. 發展季節性促銷商品陳列計畫，適時廣告增加促銷活動。 <p>四、製作商品陳列宣傳規劃手冊</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 與客戶協商並確認促銷性簡報。 2. 為特定促銷展示或展覽，整理商品和銷售數據。 3. 為視覺表現和目標營業額與淨利，簡報存貨的分析與預期量。 4. 決定具體成本、生產製造和調度細節。 5. 將企業形象和分析數據納入商品陳列宣傳規劃手冊。
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、版權和智慧財產法律相關規範</p> <p>二、當代零售設計議題</p> <p>三、版權和智慧財產法律及其對設計實務的影響</p> <p>四、組織企業形象和商品陳列政策</p>

	<p>五、目前商品陳列庫存和銷售報告</p> <p>六、既有宣傳計畫所使用的數據</p> <p>七、商品視覺陳列相關的色彩心理學和行銷特點</p> <p>八、目標和特定目標市場相關促銷數據</p>
<p>職能內涵 (S=skills 技能)</p>	<p>一、溝通協調能力</p> <p>二、遵循法律、安全衛生與業界工作守則等相關規範</p> <p>三、規劃商品陳列策略創新專案與程序</p> <p>四、研究分析客戶需求、消費者購買行為及過去績效數據</p> <p>五、設計視覺呈現的宣傳元素</p> <p>六、宣傳陳列裝置安裝與拆卸技巧</p> <p>七、製作商品陳列和促銷計畫</p> <p>八、製作宣傳規劃手冊</p>
<p>評量設計參考</p>	<p>一、評量證據</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 能為廣泛範圍的主題和地點製作視覺裝置。 2. 能與客戶協商規劃、安裝並拆卸促銷宣傳陳列。 3. 能與客戶合作依產業標準所開發的商品陳列計畫。 4. 能解決零售通路的特定需求。 5. 能協作發展有效的商品陳列宣傳規劃手冊。 <p>二、評量情境與資源</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 在真實或模擬商品視覺陳列的零售工作環境。 2. 法律、安全衛生規範與業界工作守則相關文件。 3. 銷售和商品陳列的資訊和績效數據、企業商品陳列和促銷計畫之相關先備條件。 <p>三、評量方法</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 檢視受評者的工作績效報告。 2. 評估受評者提交的模擬商品陳列和企業規劃專案。 3. 評估受評者所發展設計的作品集。 4. 客戶回饋意見。 5. 書面或口頭詢問受評者對特定技能和知識的了解。
<p>說明與補充事項</p>	<p>【註1】視覺表現：如廣告對象、傳達理念、畫面所處環境等因素來綜合考慮，以圖形、構圖、色彩三種表現方式，應用於大宗銷售、嘉年華主題、時尚、音樂、藥學、體育、促銷；特定的空間、特定的目標人口統計等。</p>

	<p>【註2】宣傳元素：如展示據點道具、內部和外部的設計元素、邀請和宣傳手冊、商品陳列手冊、新聞和雜誌廣告、銷售點單位、海報和橫幅等。</p> <p>【註3】產業標準：由同質產業共同遵循的業界準則，如企業形象、商品陳列政策、店面規劃和設計等。</p>
--	---

更新紀錄
2021 年修訂職能內容。