

職能單元代碼	KMC5R0279v2
職能單元名稱	創作發想概念
領域類別	行銷與銷售/行銷傳播
職能單元級別	5
工作任務與行為指標	<p>一、評估需求和機會：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評估既有資訊【註1】 2. 如有適用，確認並使用目前產品、程式、流程或服務 【註2】範圍的差距，作為產生新構想和概念的促進因素 3. 藉由明顯機會之外的探索【註3】擴展新構想的潛能 4. 確認受開發構思或概念可能受影響因素【註4】，包括商業化的潛能 5. 調查或確認需求不滿差距 6. 開發初步創新概念和不同方式以解決需求和機會 7. 與相關利害關係人【註5】資訊，同意開發構想和概念的廣泛變數以取得市場要求 <p>二、開發一系列創新途徑：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 使用一系列創造性思考技術【註6】以產生創新和將概念以解決所確認的需求 2. 挑戰、測試和試驗不同概念和構思作為集體流程的一部份 3. 評估目標閱聽人的永續性或目的，其可行性和其商業潛力方面的概念 4. 考量社會、道德倫理和環境議題作為概念和構思以產生和討論 5. 確認所需資源【註7】以達成期望創意和創新的結果 6. 評估不同策略的有效性，已達成期望效果 7. 以創新和可行方式選擇達成所需結果的概念或途徑 8. 對所提出的概念或途徑做適當格式【註8】簡報 <p>三、精進概念：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 持續不斷精進和測試，以確保開放式的概念發展流程 2. 尋求來自相關利害關係人概念的投入和回饋 3. 尋求專家在創新和技術面向所需提案的建議 4. 比較與相似產品、程式、流程或服務最佳範例的概念 5. 使用一系列創新和實用條件【註9】以決定不同概念的優

	<p>勢和劣勢</p> <p>6. 評估概念或構思實行的限制【註10】</p> <p>7. 以分析和回饋為基礎精進提案</p> <p>四、開發操作性程度的概念：</p> <ol style="list-style-type: none"> 選擇符合產品或服務行銷綱要要求的媒體載具 推薦主要和次要符合目標閱聽人的行銷媒體 確保所推薦媒體符合綱要、客戶要求，以及法律和道德倫理限制 <p>五、開發創意提案：</p> <ol style="list-style-type: none"> 使用更精進概念作為開發細節執行規格【註11】的基礎 為同意、資金或認可，簡報規格相關團體的規範 註記反映產生概念和構思所使用的方法
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、廣泛脈絡的發展概念</p> <p>二、在開發新概念時考量對文化、社會和環境議題的影響</p> <p>三、溝通概念的議題和要求</p> <p>四、在給予產業脈絡影響工作的法律要求</p> <p>五、在特定工作或社區脈絡考量實用性和操作性議題</p> <p>六、決定是否執行的概念（在任何脈絡）之前要考量廣泛實用性和操作性議題的範圍</p> <p>七、翻譯可實行的構思概念，產生創意構思和解決的技術</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、以宣傳建設性與他人討論的方式集體工作構思並表達概念理由的溝通和團隊技能</p> <p>二、產生一系列創新概念和構思，以使用水平思考並採取突破思考途徑以發展概念和構思的創造性思考技能</p> <p>三、積極主動確認市場要求的主動和企業技能</p> <p>四、考量實際概念執行議題的規劃和組織技能</p> <p>五、達到最後期限的自我管理技能</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"> 證實至少兩種充分支援資訊並得以執行的概念和發展 提供創新解決方案以確認議題的概念和構思的產生 特定產業脈絡影響工作的法律要求的知識 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 全面取得所需背景資訊以評估影響概念執行的運作因素 與他人互動以反映概念發展流程的集體本質

	<p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none">1. 直接詢問由執行工作者工作績效證明和第三方工作場所報告文件所組合而成的評量2. 工作受評者產生概念、所使用流程以產生並測試構思和支持概念所產生資訊的評估3. 與工作受評者辯論和討論以評估營運脈絡和概念發展影響的廣泛因素與知識4. 工作受評者製作有關特別概念達成簡報的評估5. 口語或撰寫詢問以評估文化、社會和環境議題以及考量開發新概念影響的知識
說明與補充事項	<p>【註1】表達新概念發展的既有資訊可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 創意綱要● 市場研究● 組織願景● 個人願景和創意志向● 企業文化● 團隊能力 <p>【註2】產品、程式、流程或服務可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 廣告和手工藝工作● 廣告宣傳● 業務服務和流程● 設計● 節慶● 電影● 互動數位媒體產品● 現場演藝製作或活動● 製造產品● 行銷和宣傳活動● 博物館和藝廊展覽● 照片成像服務● 廣播或電視節目● 物流● 金流● 資訊流

	<ul style="list-style-type: none">● 客服 <p>【註3】明顯機會之外的探索可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 挑戰既有假設和偏見● 考量徹底改變做事情的方法● 在完全不同產業脈絡探索實務● 投資新媒體的使用● 與可能無關的活動建立聯繫 <p>【註4】因素可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 作業規範● 內容● 成本效益● 互動數位媒體產品的特色:<ul style="list-style-type: none">■ 提供平台■ 互動性的程度■ 外觀和感覺■ 導航● 原住民法律和協議● 節目或電影的長度● 執行所需技能和理解程度● 目標閱聽人的性質和規模● 組織章程和政策● 目的：<ul style="list-style-type: none">■ 廣告或行銷■ 商業性■ 教育性■ 娛樂■ 遊戲■ 資訊● 相關法律，如：<ul style="list-style-type: none">■ 著作權和智慧財產● 市場研究的結果● 既有市佔率收入增加● 技術可行性● 組織成員互動
--	---

	<ul style="list-style-type: none">● 團隊合作 <p>【註5】相關利害關係人可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 行政人員/員工● 顧客/客戶● 設計和其他創意人員● 董事長● 外部供應商● 資訊科技人員● 管理● 節目程序● 技術專家● 撰寫者● 消費者● 內部供應商(上下游)● 顧問● 股東● 董事● 監察人 <p>【註6】創造性思考技術可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 腦力激盪:<ul style="list-style-type: none">■ 佈告欄■ 非正式的小型座談會■ 電腦輔助■ 排序■ 停和走● 愛德華德波諾的六頂思考帽● 自我改變或英雄● 圖表組織者:<ul style="list-style-type: none">■ 概念粉絲■ 視覺地圖■ 形成網狀● 水平思考遊戲● 進行聯盟● 形態分析
--	--

	<ul style="list-style-type: none">● 次文化觀察● 關鍵字● 隱喻和類比的使用● 視覺圈● 語詞雜亂● 視覺化● 非線性思考● 衝突式思考● 創造性破壞 <p>【註7】資源可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 電腦硬體和軟體● 設施● 印刷材料● 專業設備● 專業人員● 訓練● 圖表● 開放式環境● 參考書籍 <p>【註8】格式可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 資助機構或贊助商的應用格式● 顧問簡報● 概念地圖● 電子簡報以宣傳概念● 內部提案格式● 回饋管道 <p>【註9】創新和實用條件可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 成本效益● 針對競爭優先順序的瓶頸● 符合個人願景和志向● 符合組織的策略方向● 符合目標市場需求● 概念如熱創新● 風險程度
--	---

	<ul style="list-style-type: none">● 潛在益處● 技術可行性● 實行概念的時間● 可執行操作性 <p>【註10】限制可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 資源和設備的可用性● 具備技能專家和人員的可用性● 費用● 技術困難的程度● 明確資金來源● 商業化的潛力● 時間● 環境變化 <p>【註11】執行規格可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 工作簡報● 概念的細節規格，包括目的和內容● 具有責任和時間表的操作計畫● 資源分析(財務、人力和資產)
--	--