

職能單元代碼	KMC4R0199v2
職能單元名稱	協調行銷活動
領域類別	行銷與銷售/行銷傳播
職能單元級別	4
工作任務與行為指標	<p>一、規劃和組織行銷活動</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據行銷計畫或其他組織系統規劃行銷活動【註1】</li> <li>2. 確定、分析和整合與行銷相關之資訊【註2】和法律、倫理和永續性議題【註3】到短期計畫</li> <li>3. 確認目標市場和行銷媒介</li> <li>4. 評估提出的行銷機會的潛力和適合性【註4】</li> <li>5. 主動積極尋求和評估創造性的行銷機會，包括新科技和媒體的使用</li> <li>6. 發展和執行行動計畫以呈現運作細節【註5】</li> </ol> <p>二、執行公共關係的角色</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 與產業和媒體同僚建立正向的關係</li> <li>2. 使用網絡關係來支持行銷活動</li> <li>3. 發展所需的公共關係資源，包括媒體發布和產業或媒體支持的題材</li> </ol> <p>三、檢視和報告行銷活動</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 根據評估方法檢視活動，並將結果納入未來的規劃</li> <li>2. 根據組織政策和所需時間架構準備報告</li> <li>3. 呈現現有的、清楚的市場情報，以納入銷售和行銷計畫</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、行銷計畫的內容和架構</p> <p>二、重點行銷原則，包括行銷管理過程和四個 P：產品、通路、價格和推廣</p> <p>三、產業架構和內部關係、產業網絡和資訊來源</p> <p>四、適合於部門和組織的產業和市場知識</p> <p>五、產業常使用的行銷活動的特性、優勢和實際應用</p> <p>六、會影響產品和服務行銷的法律問題，包括客戶保護條款</p> <p>七、行銷活動的倫理考量</p> <p>八、行銷活動的永續性考量</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、建立和執行正面商業關係的溝通技能</p> <p>二、評估不同行銷活動的潛力的批判性思考技能</p> <p>三、積極地辨識和回應新機會的主動和企業技能</p>

	<p>四、讀寫技能</p> <p>五、在行銷預算內工作的計算技能</p> <p>六、協調多元和無法預期的運作細節的規劃和組織技能</p> <p>七、主動積極辨識和回應潛在複雜挑戰的解決問題技能</p> <p>八、承擔行銷活動的品質和結果之自我管理技能</p> <p>九、網路行銷相關的科技技能</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"> <li>1. 為營運、產品或服務規劃和協調多種不同的行銷活動</li> <li>2. 整合相關產業的知識，包括結構和內部關係、產業網路、資訊來源、配送與行銷網路</li> <li>3. 整合行銷活動類型的知識，用於相關產業部門和主要產業推廣活動</li> <li>4. 行銷原則知識之呈現和它們實際應用到工作場所的活動</li> </ol> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 個人能夠執行的行銷活動的真實或模擬產品或服務</li> <li>2. 產業使用在行銷活動的現有資訊和傳播技術</li> <li>3. 行銷計畫和營運行銷文件，例如行動計畫和行銷報告</li> </ol> <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 評估由受評者所規劃和執行的行銷活動，包括針對未來活動的學習成效的報告</li> <li>2. 評估由個人所準備的產業行銷活動</li> <li>3. 以書面或口頭問題來評量行銷原則的知識、產業結構、產業內部關係、配送網路和法律配合議題</li> <li>4. 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</li> </ol>
說明與補充事項	<p>【註1】行銷活動可包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 廣告</li> <li>● 顯示和標識</li> <li>● 活動</li> <li>● 體驗： <ul style="list-style-type: none"> <li>■ 媒體</li> <li>■ 貿易</li> </ul> </li> <li>● 產業和公共關係活動</li> <li>● 市場研究</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>● 在個人責任範圍內的產品發展</li><li>● 網路化和社交媒體的活動</li></ul> <p>【註2】納入規劃過程中的資訊可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 競爭活動</li><li>● 財務統計</li><li>● 行銷報告</li><li>● 市場趨勢</li><li>● 銷售報告</li></ul> <p>【註3】法律、倫理和永續性議題可相關於：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 消保法和貿易實務</li><li>● 工作健康與安全義務</li><li>● 資源節約</li><li>● 針對特定群體</li><li>● 呈現資訊的方式</li></ul> <p>【註4】潛力和適合性可能相關於：</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 整體行銷方向的一致性</li><li>● 達到曝光率</li><li>● 與目標市場的參與者配對</li><li>● 資源考量：<ul style="list-style-type: none"><li>■ 財務</li><li>■ 人力</li></ul></li><li>● 活動或事件的時機</li></ul> <p>【註5】運作細節可包括：</p>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

	<ul style="list-style-type: none"><li>● 行政和程序要求</li><li>● 可用的推廣題材</li><li>● 可運用的科技</li><li>● 服務合約，例如展示</li><li>● 設備的要求</li><li>● 外部協助的需求</li><li>● 合作方法的潛力</li><li>● 公共關係意涵</li><li>● 工作人員的要求和簡報</li><li>● 確保策略的最大利基</li><li>● 旅行安排</li></ul>
--	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------