

職能單元代碼	KMC4R0276v2
職能單元名稱	執行廣告宣傳活動
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、開發執行策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>分析創意簡報和媒體計畫，並確定影響宣傳活動執行的因素</li> <li>確保策略概述執行任務和時程，並包含處理疏漏和錯誤的例外事故緊急應變計畫</li> </ol> <p>二、協商媒體契約：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>與客戶確認履行媒體計畫和預算</li> <li>按照客戶要求，與各個媒體協商廣告位置【註1】和定價【註2】</li> <li>與媒體代表協商並商議例外事故因素【註3】和解決方案</li> <li>建立符合法律和道德倫理要求，以及廣告宣傳簡介和時間表要求的媒體契約</li> <li>與媒體協商置入性廣告的置入方式及範圍、條件</li> </ol> <p>三、監控廣告宣傳活：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>評估針對契約條款、內容的媒體績效，以及確定並分析任何變化</li> <li>如有需要應用媒體擔保【註4】條款對媒體時間表進行修正</li> <li>執行廣告宣傳活動使其符合廣告時間表和預算，並符合法律和道德倫理要求【註5】</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、媒體定價政策、擔保和宣傳例外事故原則</p> <p>二、媒體載具和媒體選擇</p> <p>三、組織預算、產品和/或服務</p> <p>四、廣告和創意綱要，以及媒體計畫的原則</p> <p>五、平面、電視、電影、廣播和視頻製作流程</p> <p>六、廣告產業法律和道德倫理原則</p> <p>七、來自政府各階層影響企業營運的工作守則和國家標準之相關法律關鍵規定的概要知識辨識</p> <p>八、倫理道德原則(商業會計法、勞動基準法、公司法)</p> <p>九、公平交易法</p>

職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、說明媒體要求和契約的讀寫技能</p> <p>二、同意廣告價格和露出位置、時段、版面的協商技能</p> <p>三、規劃預算和時間表的計算技能</p> <p>四、管理並監督合約的專案管理技能</p> <p>五、執行廣告宣傳時諮詢、釐清並呈報的溝通技能</p> <p>六、分析媒體傳播特性的能力</p> <p>七、分析市場趨勢的能力</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. 至少一項廣告宣傳執行策略的開發</li> <li>2. 與媒體代表協商以獲取至少一項廣告宣傳的價格和位置</li> <li>3. 至少一項廣告宣傳合約之媒體績效的評估</li> </ol> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 進入實際工作場所或模擬環境</li> <li>2. 取得辦公室設備和資源</li> <li>3. 取得媒體和廣告計畫、宣傳契約、創意綱要、宣傳簡介</li> </ol> <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 回應個案研究和情境的分析</li> <li>2. 具有宣傳執行活動細節報告的評估</li> <li>3. 廣告宣傳活動技術協商和監督的證明</li> <li>4. 直接詢問由受評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</li> <li>5. 宣傳績效簡報的觀察</li> <li>6. 口頭或書面詢問以評估廣告、創意綱要和媒體計畫原則的知識</li> <li>7. 對協商媒體契約的評量</li> </ol>
說明與補充事項	<p>【註1】協商廣告位置可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 上頁和下頁版面位置</li> <li>● 頭版 ( EGN )</li> <li>● 在時間計劃內的平均分配</li> <li>● 每星期在廣播/電視或其他節目的固定時段</li> <li>● 左頁或右頁</li> <li>● 頁數</li> <li>● 合約內固定週期每周需檢視廣告於不同的節目時段或版面的位置</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"><li>● 露出時段、版面、範圍</li><li>● 地區系統台</li><li>● 分版</li></ul> <p><b>【註2】定價可能包括：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 購買誘因</li><li>● 優惠</li><li>● 打折</li><li>● 保證</li><li>● 協商</li><li>● 互惠</li><li>● 交換</li><li>● 贈品</li></ul> <p><b>【註3】例外事故因素可能包括：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 色彩複製程式錯誤</li><li>● 技術錯誤</li><li>● 人為錯誤</li></ul> <p><b>【註4】擔保可能包括：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 次數</li><li>● 位置</li><li>● 定價</li><li>● 露出時段、頻道、長度</li><li>● 收聽率、閱讀率</li></ul> <p><b>【註5】法律和道德倫理要求可能包括：</b></p> <ul style="list-style-type: none"><li>● 下列所發行的工作守則：<ul style="list-style-type: none"><li>■ NCC 國家通訊傳播委員會</li><li>■ 文化部影視及流行音樂產業局</li><li>■ 公平交易委員會</li><li>■ 全國各地衛生局</li><li>■ 廣告公會</li><li>■ 衛星公會</li><li>■ 電視協會</li></ul></li><li>● 文化期待和影響</li><li>● 倫理道德原則</li><li>● 法律</li></ul>
--	---

- |  |   |
|--|---|
|  | <ul style="list-style-type: none"><li>● 政策和指導方針</li><li>● 法規</li><li>● 社會責任，如保護兒童、環境議題</li><li>● 社會期望</li></ul> |
|--|---|