

職能單元代碼	KMC3R3090v2
職能單元名稱	廣告目的分析
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、蒐集及分析市場情報</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 依組織定位 / 客戶需求及相關法令規範，確認蒐集市場資訊的目的、需求、數據途徑與範疇。</li> <li>2. 依確認後範疇，蒐集並彙整市場情報，如消費者特性、偏好、需求、購買習慣與競爭者品牌等行銷方式。</li> <li>3. 依所蒐集資訊進行資料處理及分析。</li> </ol> <p>二、分析廣告特色</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 彙整組織 / 客戶之廣告目的資訊。</li> <li>2. 蒉集及分析現有及潛在競爭者。</li> <li>3. 分析組織 / 客戶之廣告目的特色、同質性及差異性。</li> <li>4. 規劃及塑造組織形象 / 客戶之廣告目的形象。</li> <li>5. 分析媒體 / 客戶之廣告目的適合露出安排。</li> </ol> <p>三、確認廣告宣傳需求</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. 組織 / 客戶需求，彙整並確認廣告宣傳需求、預算、宣傳風格及類型。</li> <li>2. 依相關法令規範及組織 / 客戶需求，擬定廣告預期效果目標。</li> <li>3. 向組織相關單位 / 客戶進行提案簡報，溝通、調整並確認宣傳需求、預算、風格及類型。</li> <li>4. 與組織相關人員 / 客戶溝通並確認廣告企劃內容。</li> </ol>
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 市場情報蒐集方法</li> <li>• 資料分析方法</li> <li>• 消費者行為</li> <li>• 廣告目的定位及內容</li> <li>• 競爭者分析方法</li> <li>• 廣告風格及類型</li> </ul>

	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 廣告方式及價格</li> <li>• 成本概念</li> <li>• 廣告內容及注意事項</li> <li>• 相關法令規範</li> </ul>
職能內涵 (S=skills 技能)	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 市場情報蒐集能力</li> <li>• 市場情報分析能力</li> <li>• 資料蒐集及判斷能力</li> <li>• 資料分析能力</li> <li>• 形象規劃及塑造能力</li> <li>• 溝通協調能力</li> <li>• 提案能力</li> <li>• 預算規劃能力</li> <li>• 視覺化簡報製作能力</li> <li>• 廣告露出即時反應及危機處理能力</li> </ul>
說明與補充事項	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 相關法令規範：如廣告物管理辦法、個人資料保護法、智慧財產權、公平交易法與消費者保護法、性別平等法等。</li> </ul>