

職能單元代碼	KMC3R0129v2
職能單元名稱	進行廣告活動測試
領域類別	行銷與銷售/行銷傳播
職能單元級別	3
工作任務與行為指標	<p>一、規劃廣告活動前測：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 應用有效且可靠的評量工具，做廣告方面的測試【註1】 2. 書面化預期結果和目標 3. 按照廣告摘要選擇測試群組和試驗廣告的時間 4. 按照預算和時間表需求協調廣告商媒體投置 <p>二、引導試驗廣告：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 按照廣告摘要和預算要求的時間和財務要求測試廣告 2. 按照評估工具/和廣告摘要的要求，進行數據收集 <p>三、使用活動前測的結果：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 分析對廣告活動影響的測試結果 2. 為了反應前測的資訊，更改廣告或媒體時間表而滿足廣告主提出的要求 3. 提供廣告更改的選項，並且如有需要向廣告主簡報 4. 視需要修正廣告，以符合法律和道德倫理規範【註2】
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、廣告及其和行銷組合相關的原則</p> <p>二、組織廣告目標和廣告、創意構思和媒體摘要的內容</p> <p>三、廣告產業的法律和道德倫理規範</p> <p>四、廣告可用的媒體類型</p> <p>五、來自政府各階層影響企業營運、工作守則和國家標準的相關法律關鍵規定的概要知識辨識</p> <p>六、倫理道德原則</p> <p>七、評估廣告有效性的技術</p>
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、詢問、澄清並報告廣告活動前測試活動和結果的溝通技能</p> <p>二、詮釋活動要求，以及滿足法律和倫理要求的讀寫技能</p> <p>三、分析數字和其他數據，以及提出結論的計算技能</p> <p>四、評估在測試中收集反應的研究技能</p> <p>五、與同事一起收集測試數據的團隊合作能力</p> <p>六、使用相關的電腦軟體和設備以進行廣告活動前測試的技術技能</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"> 1. 規劃測試廣告活動的證明 2. 引導廣告測試 3. 根據在測試流程期間獲得至少一個廣告資訊，對廣告活動做修正 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 進入實際工作場所好模擬環境 2. 取得辦公場所或模擬環境 3. 取得廣告、創意構思和媒體簡報 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 書面報告和/或測試結果範例的評估 2. 回應個案研究和情境的分析 3. 活動前測技術的證明 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 5. 進行測試和結果簡報的觀察 6. 口頭或書面詢問以評估廣告其與行銷組合連結原則的知識 7. 所進行數據收集的評量
說明與補充事項	<p>【註1】廣告方面的測試可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 吸引力 ● 每個回應的平均成本 ● 消費者回覆文件的方便性，譬如： <ul style="list-style-type: none"> ■ 紙料 ■ 格式大小 ■ 空白行的空間 ● 可信度 ● 文化接受性 ● 影響 ● 興趣引起程度 ● 詮釋 ● 記憶程度 ● 訊息清晰程度 ● 廣告最有利的規模或長度 ● 產品 / 品牌辨識度

	<ul style="list-style-type: none">● 產品技術 <p>【註2】法律和道德倫理規範可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 文化期待和影響● 倫理道德原則● 法律● 政策和指導方針● 法規● 社會責任，如保護兒童、環境議題● 社會期望
--	--