

職能單元代碼	KMM5R0250v2
職能單元名稱	將產品和服務推銷到國際市場
領域類別	行銷與銷售/行銷管理
職能單元級別	5
工作任務與行為指標	<p>一、規劃推廣活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 取得國際商業活動的行銷計畫，以規劃推廣活動【註1】 取得相關的資訊來源管道【註2】，以規劃推廣活動 確認並評估推廣活動，以確保符合組織規定【註3】和文化適當性【註4】 根據組織的行銷需求來規劃和安排推廣活動 諮詢國際和國內市場的指定人員或團體【註5】，以確定整體的推廣目標 確保推廣活動的時間表和成本實際可行並符合預算資源 發展行動計畫，以提供推廣產品和/或服務的細節 <p>二、協調推廣活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 確認並準備人員與資源【註6】，以協助國際和國內推廣活動，達成推廣目標 確認和分配海外和當地人員在執行推廣活動的角色與職責【註7】 建立並進行與海外目標客群的關係，以提昇組織正面形象的做法 監督和協助參與推廣活動的海外人員的角色與職責 運用國際商業人際網絡【註8】以協助執行推廣活動 <p>三、評量並報告推廣活動：</p> <ol style="list-style-type: none"> 分析客群的回饋意見和數據，以確定產品和/或服務推廣活動的影響程度 評量規劃流程的成效，確認未來國際推廣活動的可能改善空間 收集並提供回饋意見【註9】給參與國際和國內推廣活動的人員與合作廠商 分析成本和時間以評估國際推廣活動的效益 根據可檢驗的證據來準備結論和建議，對國際推廣活動的未來方向提供建設性的建議
職能內涵	一、現有的海外媒介

(K=knowledge 知識)	<p>二、目標市場客群的文化特徵</p> <p>三、國際商業網絡</p> <p>四、行銷策略和推廣活動</p> <p>五、可能影響商業運作的各種政府、標準和規範的相關法規</p>
(S=skills 技能)	<p>一、和不同背景及不同技能的人交流的文化合宜的溝通技能</p> <p>二、與客戶建立並鞏固關係的人際交流技能</p> <p>三、排序任務並符合時程表的組織和時間管理技能</p> <p>四、判定適合國際市場的推廣活動的調查研究、資料收集、評量和評估技能</p> <p>五、記錄和使用所收集來的推廣活動相關資訊的科技運用技能</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"> 規劃、協調和檢討推廣活動，符合行銷計畫和針對目標國際市場所做的市場研究 詳細報告所進行的推廣活動，並對國際市場未來的推廣活動提出建議 具備台灣、國際和當地相關法規的知識 <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 實際的工作場域或模擬環境 工作場域相關文件 海外人員/客戶對於活動之回饋意見 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 分析受評者對個案研究及情境所做出的回應 評量推廣活動的書面報告 直接提問，搭配證據的檢閱以及受評者工作績效的第三方報告 觀察受評者將商品、服務或組織推廣給國際客戶或商業協會/網絡所做的簡報 觀察受評者執行推廣活動所使用的技巧 進行口頭或書面提問，以評量受評者對目標市場客群的文化特徵的了解程度 檢視受評者為提供推廣產品和/或服務細節而發展的行動計畫 分析客群的回饋意見和數據 評量受評者所提出的結論及對國際推廣活動的未來方向的

	建議
說明與補充事項	<p>【註1】推廣活動可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 廣告● 客戶活動● 展示活動● 發送免費試用品● 員工活動● 媒體發表會● 產品發表會● 網頁 <p>【註2】資訊來源管道可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 學者和訓練機構● 台灣商務處和其它政府部門和機構● 外國大使館、領事館、台灣及海外的政府部門和機構● 貿易和產業刊物 <p>【註3】組織規定可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 平等就業機會原則和實踐● 產品和/或服務的職責分配● 保密性和安全性規定● 文化議題的考量● 資源限制● 道德標準● 歸檔和記錄儲存流程● 目標、目的、計畫、系統和流程● 法規和組織政策/指南和要求● 職業安全衛生之政策、程序和計畫● 付款和交付方案● 定價和折扣策略● 品質和持續改善流程與標準● 品保和/或程序說明手冊● 更換和退款政策和程序 <p>【註4】文化適當性可能係指：</p> <ul style="list-style-type: none">● 所要進行的產品和/或服務推廣活動對於當地文化的適當性

	<p>【註5】指定人員或團體可能係指：</p> <ul style="list-style-type: none">● 同事● 委員會● 顧客● 外部組織，例如台灣商務處、政府部門和機構、商會● 直屬管理團隊● 主管 <p>【註6】人員與資源可能涉及：</p> <ul style="list-style-type: none">● 負責推廣活動特定目的的外包商● 管理團隊● 行銷資金● 國外和當地的組織人員● 推廣產品● 試用品● 科技設備● 時間● 場地 <p>【註7】角色與職責可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 工作守則● 文化議題考量● 與推廣活動所聘用的顧問或專家的契約協定● 工作職責說明和就業安排● 行銷計畫● 與工作角色相關的組織政策● 技能、培訓和職能● 監督和責任歸屬的規定，包括職業安全衛生● 團隊架構 <p>【註8】國際商業人際網絡可能係指：</p> <ul style="list-style-type: none">● 正式或非正式的人際網絡● 政府透過台灣商務處或政府機構、商會所贊助的網絡● 個人、團體、組織● 私人或商業的人際網絡● 專業或貿易網絡 <p>【註9】回饋意見可能包括：</p>
--	---

	<ul style="list-style-type: none">● 顧客/客戶反應的數據● 職員數據● 焦點團體● 市場佔有率數據● 銷售訂單● 口碑報告
--	--