

職能單元代碼	KMM5R0148v2
職能單元名稱	發展行銷計畫
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、制定行銷策略：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 評估呼應組織目標的行銷機會選項【註1】，並在選擇過程中評估其風險和報酬 2. 在組織預測的能力和資源之內，發展可以呼應其優勢和機會的行銷策略【註2】 3. 發展策略，以增加資源或針對現在既有能力和行銷目標間的落差提升組織專業能力 4. 發展可行的行銷策略並溝通選擇此策略之合理原因 5. 確保策略與組織策略方向一致 6. 發展行銷績效評量策略【註3】，納入適合的行銷衡量標準，來評量組織績效的行銷目標 <p>二、計畫行銷戰術：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 展開行銷策略的戰術,考量時間、成本、成員義務及責任。 2. 為排定的活動確認協調和監控機制 3. 確保戰術在組織預期的能力和預算內達成 4. 確保戰術符合法律和倫理要求【註4】 5. 對於績效的目標和預算持續審閱，並確保能配合提供戰術，並視需要調整行銷目標 <p>三、準備並簡報行銷計畫：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 確保行銷計畫符合組織也是行銷目標，並納入行銷方法【註5】和策略性的行銷組合【註6】 2. 確保行銷計畫包含合理的目標與資訊可支援所選取的戰略與戰術 3. 在所要求格式和時間限制內，簡報行銷計畫以獲得同意 4. 為了回應來自關鍵利害關係人的回饋意見，在所要求時間範圍內實行推廣，而調整行銷計畫
職能內涵 (K=knowledge 知識)	<p>一、組織結構、產品和服務、總體策略和行銷目標</p> <p>二、來自政府、工作守則和國家標準可能影響企業營運所有型式相關法律的關鍵條款</p>

	三、產業產品和服務的知識
職能內涵 (S=skills 技能)	<p>一、聯繫來自多元背景的人和多元能力的人文化上適合的溝通技能</p> <p>二、獲得來自同事和客戶的信任和信心知領導技能</p> <p>三、確認公司和產品或服務資訊、解讀策略報告、為不同讀者撰寫一系列樣式並解釋法律要求、公司政策和程序的知識技能</p> <p>四、分析、創造和管理行銷活動預算的計算技能</p> <p>五、排序任務和符合時間期限的組織和時間管理技能</p> <p>六、提案及促進行銷計畫的簡報技能</p>
評量設計參考	<p>一、評量之關鍵面向/能力證明之證據：</p> <p>制定、書面化並簡報行銷計畫，詳細說明方法和行銷組合，以達成組織的行銷目標</p> <p>二、評量所需情境與特定資源：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 辦公設備和資源 2. 策略計畫和行銷目標 <p>三、評量方法：</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 撰寫行銷計畫概述使用於達成組織行銷目標之行銷策略和戰術的評估 2. 示範曾經使用於開發行銷策略的技術來協助相關人員 3. 整合面試結果、履歷審核及第三方提供的職場表現評價來評量受評者的成績 4. 觀察簡報行銷計畫給相關人員 5. 口頭或書面詢問 6. 來自團隊成員、同事、上司或經理人見證分享的評量
說明與補充事項	<p>【註1】行銷機會選項可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 企業合作 ● 出口 ● 延伸、擴展或改變既有業務 ● 合資經營 ● 新業務 ● 既有市場的新產品或服務 ● 新市場的新產品或服務 ● 對既有市場的既有產品或服務有更好的滲透力的可能性 ● 策略聯盟

	<ul style="list-style-type: none">● 公開收購 <p>【註2】行銷策略可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 相較於競爭者，達到更低的生產和配銷成本● 創造非常不同的產品線或服務，讓企業成為產業中的領導者● 配銷● 產品或系列的定價、簡報和展示● 產品設計和包裝● 產品種類和組合● 促銷和廣告● 在特別的市場區隔追求成本領先或產品差異化 <p>【註3】行銷績效評量策可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 比較分析● 競爭分析● 生命週期模型● 產品組合分析● 優勢、劣勢、機會、威脅 (SWOT)分析● 價值鏈分析 <p>【註4】法律和倫理要求可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 工作守則● 文化期待和影響● 環境議題● 道德原則● 法律● 政策和指導方針● 法規● 安全議題● 安全和隱私議題● 社會責任● 社會期望 <p>【註5】行銷方法可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 差異化的目標行銷● 直效行銷● 直接回應式行銷
--	---

	<ul style="list-style-type: none">● 電子商務● 大量行銷● 人員推銷● 產品多樣化行銷● 推廣行銷 <p>【註6】行銷組合可能包括：</p> <ul style="list-style-type: none">● 產品或服務的可變因素，如：<ul style="list-style-type: none">■ 技術特色■ 設計■ 品質■ 範圍■ 安全特色● 定價● 促銷● 配銷● 服務水準
--	--