

印刷及出版業 《能力標準說明》 能力單元

「跨媒體服務」職能範疇

名稱	掌握廣告創作概念
編號	106361L5
應用範圍	廣告在印刷品、電台和電視的傳統平台都是極其重要的收入來源，近年亦迅速成為互聯網站和搜尋網站的主要收入來源。非常自然地，廣告創作亦已變成跨媒體創作的其中一個重要推動力，不同媒體的協同效力能更有影響地推動產品，甚或是美國總統選舉結果也含有跨媒體的效應。
級別	5
學分	6 (僅供參考)
能力	<p>表現要求</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. 明白廣告的目標對象和說服性的重要性 2. 掌握基本廣告創作 <ul style="list-style-type: none"> ● 掌握廣告創作的非常清晰的任務，每次創作的目標對象也需要清楚界定，鎖定目標而傳送廣告訊息是最基本的要求。 ● 掌握廣告創作需要有說服性，無論在目標對象的認知層面或感官層面，均需要使到目標對象被說服而轉化成預期的行動。 3. 掌握廣告創作使用跨媒體的協同效應，能更有影響地推動產品。
評核指引	<p>此能力單元的綜合要求為：</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 能夠掌握廣告創作使用跨媒體的協同效應。 ● 能夠掌握基本廣告創作。
備註	