

Hsinping / September 19, 2009 05:59PM

[\[職涯\] 廣告公司的職務分類](#)

本文轉錄自 PTT CareerPlan 版：

<http://www.ptt.cc/bbs/CareerPlan/M.1151573094.A.DF8.html>

---

作者 Starblue (BLUE) 看板 CareerPlan  
標題 [情報] 廣告公司的職務分類  
時間 Thu Jun 29 17:43:00 2006

---

一般來說，廣告所接觸到的幾個環節，  
依角色立場的不同，會分為：

- 1.廣告主：買廣告打廣告，出錢的企業端
- 2.廣告代理商：負責擬定廣告策略，發想創意執行製作的單位
- 3.廣告製作公司：多為廣告"製片"公司，跟廣告代理商是不同的!!

這是最大的分類，除這三項之外，  
上面有許多市調公司，公關公司，活動公司，  
或者是整合行銷公司(廣告 + 公關 + 活動)，  
其工作內容與要求的能力多少都是有點不同的。

以下，就一間"完整的"的廣告公司來說明.....

---

據說 一個完整的廣告公司應該會有以下幾個部門...

創意部門 / art 美術設計: 負責視覺效果美工技術方面  
copy 文案: 負責文字部份，可能極簡，也可能繁雜

製作部門 / print 平面的傳單DM海報等輸出端物件  
video 影像製作短片廣告片等拍攝

業務部門 / AE 對外接洽廠商端的行銷資訊(廣告的客服端)

統合上↑下↓各個部門的工作(\$時間協調擺平)  
流動率最高，最常缺人的職位，工作最繁雜，工時長  
通常也是非本科系進廣告界的第一個職務。

媒體部門 / plan 媒體部分的預算，時段分配的企劃  
buy 企劃 OK 負責接洽媒體部分的實際執行

市調部門 / Research 消費者研究.市場調查.競品分析...等很多

公關部門 / PR 公共關係  
event 公關活動事件新聞製造

---

目前，由於許多部門都已經獨立成為一個公司，  
所以一般的小廣告公司，只要有創意與業務部門即可作業，

媒體市調與製作外包，會尋求固定的配合公司。  
公關不一定會有，有的話如上外包方式運作。

上述各部門，是我以前上行銷企畫課跟老師挖來的。  
現在似乎已經只有跨國的大廣告公司有完整的部門分類了...  
這一直是我剛開始摸索廣告業界的啟蒙磚，也算是我的寶貝之一吧。  
我本身也非本科系的，甚至不是傳播或商管學院出身的。  
很多東西都要靠自己努力去翻去看去google去問師長前輩。  
其實，只要有心，個人所能獲得的資訊也是相當多的！

由於版上想轉廣告的人不少，  
但卻不一定明白清楚廣告公司到底在做什麼.怎麼分工.有什麼職務.  
市面太多只要有設計或排版輸出就可以掛名廣告公司的"廣告"公司

故請大家除了了解自己.了解工作所需能力之外  
應徵時也請務必問明"廣告"公司的工作內容...

這篇簡介，希望能對於想跨足廣告界的版友們有所幫助，  
如有缺漏或任何問題，也請版上的前輩們多多指點~ ^ \_\_\_\_\_ ^

--  
※ 發信站: 批踢踢實業坊(ptt.cc)  
◆ From: 220.130.149.166  
※ 編輯: Starblue 來自: 220.130.149.166 (06/29 18:19)  
※ 編輯: Starblue 來自: 220.130.149.166 (06/29 18:20)  
推 melula:好文!推一個 06/29 20:26  
推 yivo:很棒!!!! 就算是傳播系出來的也不如你知道的詳細啊 @@"@ 06/30 10:55  
推 Giaji:好文 感謝不吝分享 06/30 11:07  
推 timcho:借轉喔，感恩 07/29 19:45  
推 erikzi:借轉，感恩 08/22 14:10  
推 inoui:謝謝分享 很有幫助喔 04/11 21:09

---

Hsinping / September 19, 2009 06:16PM

[Re: \[職涯\] 廣告公司的職務分類](#)

本文轉錄自 PTT CareerPlan 版：

<http://www.ptt.cc/bbs/CareerPlan/M.1151650239.A.29F.html>

---

作者 vincentchang (姬芭一點就有型) 看板 CareerPlan  
標題 Re: [分享] 廣告公司的職務分類  
時間 Fri Jun 30 14:50:48 2006

---

因應整合行銷傳播以及消費者漸分眾的大趨勢  
廣告整體產業在近幾年也出現很大的組織變革與轉型  
也就是說 以往一個廣告公司可能是萬能的  
舉凡電視廣告平面廣告活動公關什麼有的沒的  
客戶 (廣告主) 要什麼 廣告公司就要生出什麼

但現在不同了  
因為客戶可能不見得要把所有的預算都花在電視廣告上

他可能要慢慢來培養在消費者心中的形象  
所以他可能會從公關開始操作  
於是他可能不需要找廣告公司  
而是找專業的公關公司

廣告產業也因應客戶的多樣需求開始進行組織調整  
也就是部門逐漸獨立成為事業群  
例如最有名也堪稱最完整的奧美整合行銷傳播集團  
在台灣他旗下就有  
奧美廣告 我是大衛廣告 奧美公關 二十一世紀公關 奧美CIS  
奧美互動行銷 奧美直效行銷 群策行銷

而整個奧美集團又附屬於WPP集團  
WPP集團在台灣旗下除了有奧美之外  
還有智威湯遜廣告 百帝廣告 傳立媒體 聯旭廣告 太一廣告等等

以集團來看廣告產業的話  
我覺得應該不用太去了解各個公司的細緻部門  
因為每個公司的部門會有相當大的差異  
例如「專戶」的概念  
他就已經打破傳統廣告作業方式來服務客戶  
(專戶：例如智威湯遜廣告下有福特汽車專戶，專戶內包括業務與創意，只對福特汽車，不兼作其他客戶)

普遍的廣告公司  
兩大部門就是 account 和 creative  
而 account 可能會再細分客戶群  
以 team 的方式再進行分組  
而一個team裡面會有GAD (客戶群業務總監)、AM (業務經理)、AE (執行業務)等，以上各個title會因為各個廣告公司的業務量不同而有所不同。

創意部門也會比照 account分 team  
由ECD (執行創意總監) 統籌管理整個創意部門  
下設幾個CD (創意總監)，或許會有ACD (副創意總監)，再來就是copywriter和art以及 designer，title也會因為各個廣告公司的業務量不同而有所不同

通常這些工作也都會有 senior 和 junior 的分別

其他前文所提及的部門  
有很多廣告公司因廣告承接量遞減 或 產業趨勢變化而有所變革  
例如 媒體部門 目前媒體的部份 都已經有專業的媒體服務公司成立  
例如凱絡、傳立等

廣告公司和媒體公司以及公關公司  
目前通常都為獨立運作  
除了已經現有的global客戶外  
平常還需要比稿以拓展客戶量

目前市場上表現較為出色的廣告公司為智威湯遜  
媒體公司為凱絡

整體廣告產業的變化很大  
常會有併購的消息傳出  
或是分支成立子公司  
例如奧美底下的我是大衛廣告  
或 凱絡媒體底下的偉仕捷 知世網絡

子公司的好處在於 他可以避開廣告公司規定不可同時經營競品的規定  
於是奧美廣告和我是大衛廣告可以同時去比稿 創造整體集團的業績

總之

傳統的部門在廣告公司似乎已經越來越沒有規章可循

主要一個組織的調整都還是在反應市場的趨勢

例如廣告公司可能成立網路行銷的team

或媒體公司可能成立IMC的team

這都已經突破傳統的部門藩籬

--

<http://www.wretch.cc/blog/vincentchang>

--

※ 發信站: 批踢踢實業坊(ptt.cc)

◆ From: 60.248.159.151

※ 編輯: vincentchang 來自: 60.248.159.151 (06/30 15:29)

※ 編輯: vincentchang 來自: 219.81.167.173 (06/30 23:46)

※ 編輯: vincentchang 來自: 219.81.167.173 (06/30 23:47)

推 Archepiste:謝謝你的專業分享!! 07/01 01:38

推 Starblue:謝謝你的專業分享!!這些對我超有幫助的!! ^ \_\_\_\_\_ ^ 07/01 16:37

---