

中國文化大學中程計畫 計畫成果紀錄表

子計畫	B3-1 應用數位科技資訊，形塑 FINTECH 專業人才	
具體作法	透過專題演講帶給在校生更多實務經驗	
主題	專題演講-李姿韻老師-媒體公司忙什麼	
<p style="text-align: center;">內容</p> <p style="text-align: center;">(活動內容 簡述/執行成效)</p>	<p>主辦單位：財金系</p> <p>活動日期：108/5/8(周三)1300-1500& 108/5/15(周三)1300-1500</p> <p>活動地點：大恩 604 教室</p> <p>主講者：李姿韻老師-金融科技</p> <p>參與人數：108/5/8(周三)1300-1500 (教師 <u>2</u> 人、學生 <u>24</u> 人、) & 108/5/15(周三)1300-1500<u>28</u> 人 (教師 <u>2</u> 人、學生 <u>24</u> 人、)</p> <p>內 容：</p> <p>經過這次星傳媒體李姿韻總經理的演講後更了解媒體這個行業在從事什麼事且經常存在在大家的生活中。原本聽到媒體就會直接聯想到廣告，但其實媒體公司最重要的目的就是行銷(介於客戶和媒體間)且有別於以往大家熟悉的廣告公司。</p> <p>總經理有提到她從原本有趣的廣告公司轉職到苦悶的媒體公司而竟然一待就待了 12 年，總經理說道因為現今網路興起且每天不停的變動而每年資訊不斷的在進步，使得每年都不得不停地學習新的事物，感覺在不同公司上班的狀態。這也體現出媒體公司的特性，不斷隨著環境變化做改變。在演講過程中總經理也舉了很多新創的點子以及把失敗的廣告轉為成功的行銷等等，其中最讓我印象深刻的是 IKEA 餐廚體驗行銷，媒體公司運用阿宗麵線的知名度和較差的用餐環境去特別打造舒適的環境和擺上有質感的餐具、餐桌椅等等讓顧客有極大的驚喜感且完全讓大眾對這個品牌因此而感到印象深刻。在演講過程中有提到媒體公司的發展轉變，從原本的價格導向改變為數據+內容+科技等等多元層面，也藉由集團化從以前的市調、企劃、購買等等部門轉變為現今的 Content-用較少的成本將危機(負評)變成轉機(正向評論且帶來商機)、Business transformation-主</p> <p>要提供新創技術公司發掘消費者。</p> <p>透過此次的演講讓我們對於媒體公司更進一步的了解也得知原來市面上那麼多成功的行銷案基本上都是由媒體公司所製作的，而此產業的模式也一直隨著網路興起、Ai 等等環境做改變。面對各個公司所面臨的需求去規劃出行銷方式且用最短時間、最低成本的方式完成並達到預期的成果。執行成效：</p> <p>鼓勵學生多元學習，不要就地設限，世界之大，保持著處處可學習態度。</p>	
活動照片 (檔案大小)	<p style="text-align: center;">活動照片電子檔名稱 (請用英數檔名)</p>	<p style="text-align: center;">活動照片內容說明(每張 20 字內)</p>

以不超
過 2M 為
限)

