

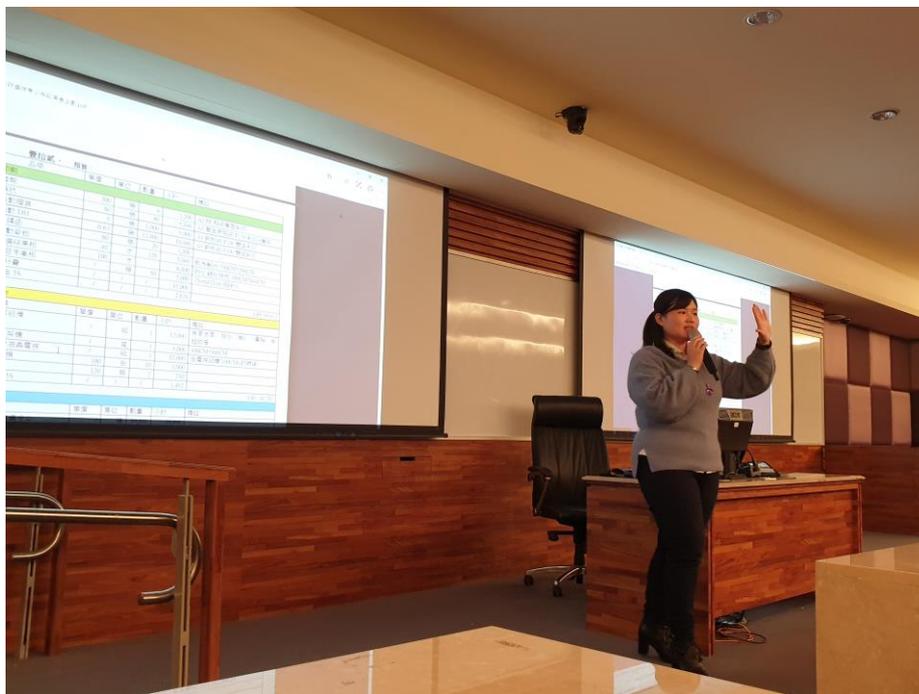
中國文化大學教育部高教深耕計畫 計畫成果紀錄表

子計畫	B4 強化學院跨領域特色教學
具體作法	辦理企業橋接講座
主題	主題：網路媒體行銷企劃與應用
內容 (活動內容簡述/執行成效)	<p>主辦單位：中國文化大學 大眾傳播學系 活動日期：108/03/05 上午 9：00～12：00 活動地點：文化大學 大恩 101 主講者：陳亭妘文化大學大傳系畢業校友 台灣媒體觀察教育基金會專案企劃 參與人數：88 人（教師 1 人、學生 87 人、行政人員__人、校外__人）</p> <p>內 容：</p> <p>講者陳亭妘小姐為文化大學大眾傳播學系已畢業之校友，曾任灣媒體觀察教育基金會專案企劃。本次主題為活動執行經驗分享。</p> <p>一 任職單位及業務介紹： 講者任職的台灣媒體觀察教育基金會，致力於媒體監督及媒體素養推廣，是台灣少數以媒體為主要業務的基金會，講者在會中擔任專案企劃一職，主要負責兒少電視節目的評審及表揚工作，業務內容涵蓋：企劃寫作、行銷推廣、評審業務安排及頒獎典禮等活動規劃與執行操作，在負責的項目中包含：通傳會委託專案適齡兒少電視節目標章及媒觀基金會自行籌辦之國人自製兒童及少年優質節目五星獎活動。</p> <p>二 行銷與公關的異同： 講者配合課程名稱：網路媒體行銷企劃與應用，透過自身經驗分享到，許多時候公關與行銷容易被混淆，雖然兩者從組成的要素至希望達成的成效都不同，簡言之公關最大的目的為建立形象為了長久的經營，而行銷則是希望創造商品最大利益，同時目前最多人使用的網路行銷工作，更是一個搶時間與創議題的比賽，創造好的議題，或是跟上好的議題風潮，則可創造流量，像是 000 地區的空气。但不論是行銷公關或企劃，基本都是一場與數據、資料、研究與分析的枯燥工作，並非如表面所見的光鮮亮麗，叱吒風雲。</p> <p>三 企劃書及新聞稿撰寫技巧與實際案例分享： 講者同時購過企劃書撰寫及新聞稿撰寫的相關要素，告知學生在行銷執行等過程的重要技巧，同時透過講者自身的經驗分享相關作品集等實際案例，讓學生能充分理解理論與實踐的結合，另外講者也準備了與自身學生時期的作品，貼近學生經驗，並同時也檢討各作品中曾犯下的錯誤與問題，</p>

	<p>透過作品的分享，使學生了解企劃建構的基礎，以及專案的發想。</p> <p>四 活動執行經驗分享</p> <p>講者最終分享其活共過程中常用的相關資料，讓學生了解在實際的活動操作中須注意那些細節，並且須事前規劃，如：人力分配表、物資分配表以流程表、頒獎序以及頒獎典禮主持稿等資料。</p> <p>透過實際經驗的分享，可以讓學生更了解業界的執行情況，並促使其運用於學習歷程中，以利未來可與業界快速接軌。</p>	
<p>照片 (檔案 大小以 不超過 2M 為 限)</p>	<p>活動照片電子檔名稱 (請用英數檔名)</p>	<p>活動照片內容說明(每張 20 字內)</p>
		<p>陳亭妘學姊 認真講課</p>



學生認真聽課



陳亭妘學姊認真講課



學生上課認真聽課