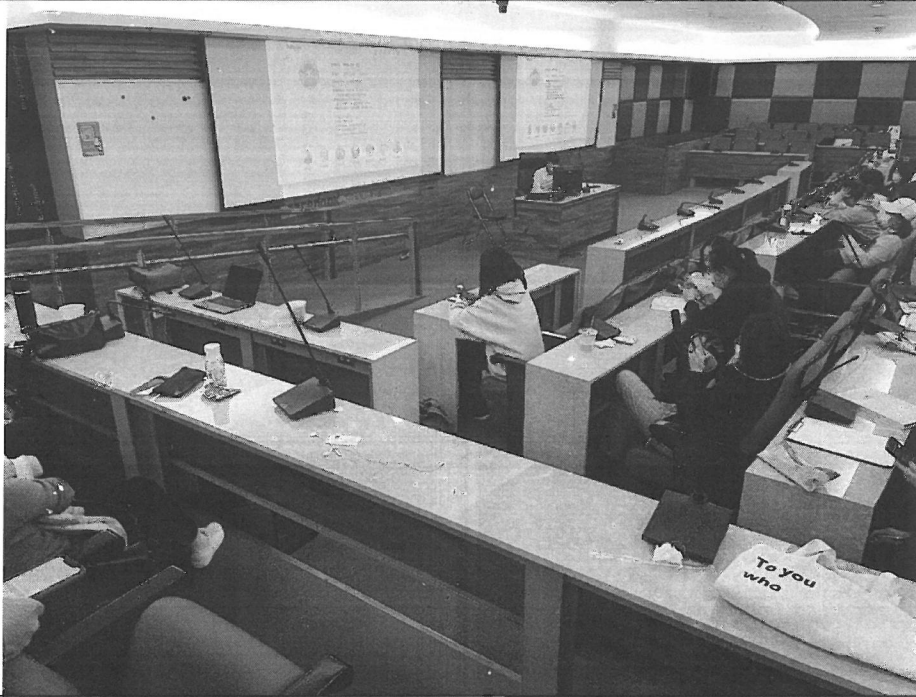
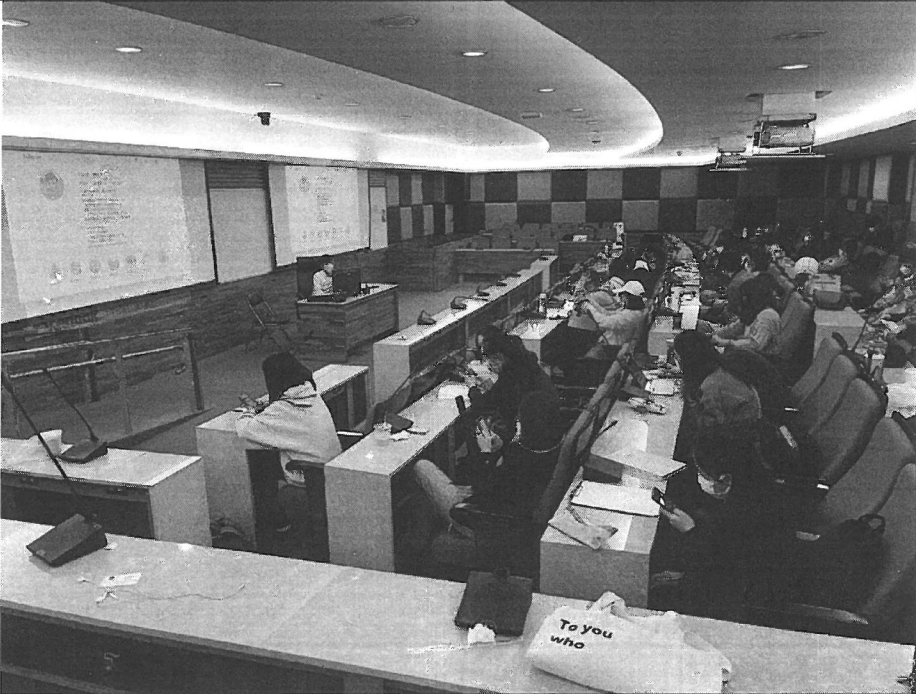


**中國文化大學教育部高教深耕計畫  
計畫成果紀錄表**

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	網路行銷與經營	
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：110/11/8下午13：00～16：00  活動地點：文化大學 大義421  主講者：黃力恩  參與人數：84人（教師1人、學生83人、行政人員 人、校外 人）</p> <p>內 容：  今天所請到的講師是業界網路投放廣告的行銷公司，在過程中講師分享為何他會跳脫原本的上班族生活而自己創業。甚至直接分享到底我們網路上那些感覺是為我們每個人所精心設計的廣告是怎麼來的。原來我們在網路上所做的每個搜尋紀錄都會被列入一個大型資料庫，而在他們先進的技術下系統將會根據每個人當下的需求去投放適合這個人的廣告以達到購買效果，而甚至不需要廣告投放傷的幫忙，我們在臉書甚至是instagram上就可以自行申請投放廣告，由臉書及ig官方就能自行幫我們投放廣告。只是如果交給廣告投放商，廣告投放商將會去做更多方面的顧慮及思考，經過大數據的運算廣告公司將可以了解到每個人對於看到廣告並且願意去做購買的意願。所以往往透過廣告公司去做投放廣告的動作都能達到百分百的收益及效果。而在請KOL代言時，講師甚至說如果今天有20萬他們不會將20萬全拿去給一個擁有50萬粉絲的KOL去做代言，由於這些粉數較多的網紅是各式各樣的粉絲去累積起來的，所以相對地粉絲黏著度就不會來的那麼高，但如果將20萬分給10個分別只有5~1萬粉絲的KOL相對地購買意願效果就會比前者好還要好，那是因為這些KOL還沒有到大紅人人都知道的狀態，因此在這個情況就可以更加確定這些追蹤這個KOL粉絲一定是特別喜歡且特別偏愛這個KOL才會肯去做追蹤。所以相對地把廣告投放給他們購買意願就會比直接請一個大網紅來帶的效果來的好。</p>	
照片 (檔案大小以不超過2M為限)	<b>活動照片電子檔名稱</b> <b>(請用英數檔名)</b>	<b>活動照片內容說明(每張20字內)</b>



教師授課



教師授課



教師授課