


**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	B4-4 企業橋接課程培養學生解決社會問題能力
具體作法	辦理企業橋接講座
主題	公關實務-精品與汽車
<p>內容 (活動內容簡述/執行成效)</p>	<p>主辦單位：中國文化大學 大眾傳播學系 活動日期：111/10/3(一) 下午16：00～18：00 活動地點：文化大學大孝館708教室 主講者：前中央社業務總監虞煥榮 參與人數：90人(教師1人、學生88人、校外講者1人)</p> <p>內 容：</p> <p>本次的演講中講者介紹公關和廣告提案的不同公關提案主要是希望讓品牌、產品透過媒體主動報導，讓大眾對品牌留下深刻的印象。</p> <p>其次，講者提到如何讓大眾改變對於菸酒的刻板印象作為發想，因為普遍大眾對於菸酒的印象較為負面，甚至大多的宣傳手法都是宣導禁菸禁酒，所以要如何用不一樣的宣傳手法來吸引大眾目光值得深思，而他們的宣傳方式是利用結合公益廣告，改變大眾對於菸酒的不良印象。</p> <p>此外，本次演講提及議題行銷的重要性，活動的亮點和創意是非常重要的核心價值！就像是講者舉例他自身的經驗，將汽車用直升機從空中懸吊至地面的出場方式，希望藉由此方式使新聞媒體記者前來為此項活動做宣傳報導，這就是一項非常吸睛的創意展現，也成功獲得各大媒體爭相報導與民眾的熱烈迴響！</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>講師分享公 關實務經驗</p>



講師分享汽
車活動操作
秘訣



講師分享舉
辦記者會注
意事項