

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	數位行銷大作戰	
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：111/05/02 下午13：00～16：00 活動地點：文化大學 MS Teams 主講者：顏晨晉老師 參與人數：<u>81</u>人 (教師1人、學生<u>80</u>人、行政人員0人、校外0人) 內 容：</p> <p>這次老師邀請了顏晨晉講師來分享，數位媒體企劃與如何在數位媒體中加入創意，一開始講師跟我們分享了一句話，是來自於美國的百貨流通業之父所說的「我們花在廣告上的一半開銷都是浪費的，更關鍵的是我們甚至不知道浪費的是哪一半。」我們該如何透過更專業的媒體分析去更符合的投放廣告，這是做數位行銷是一件很重要的事。</p> <p>講師有利用新東陽的案子來講解，從了解品牌與競品分析等等，再利用大數據分析去探討大部分人在搜尋肉乾時最在意些什麼？再來分析該如何讓他們的聲量強化，讓我們了解再提高產品聲量前該如何去分析與了解細節，達到客戶所需要的結果。</p> <p>安迪沃荷說：「在未來，每個人都有成名15分鐘的機會。」，但想紅還是要有策略的，現今品牌最大的三大網路戰場，有網路商店購物平台、社群、論壇，在自媒體的時代，該如何爆紅，講師也有舉了許多案例，例如谷阿莫說故事，他應該算是第一個開始做電影解說的頻道，利用剪輯、講述電影重點、流行等等，讓大家不需要花大量的時間就能了解這部電影大概在講述些什麼，也能讓喜歡看電影的人先大概了解內容，再去觀看原片能更加瞭解。</p> <p>在這次的演講中，我們了解到如何正確的分析品牌，及了解在現今媒體時代中如何脫穎而出。</p>	
。照片 (檔案大小以不超過2M為限)	活動照片電子檔名稱 (請用英數檔名)	活動照片內容說明(每張20字內)



顏晨晉



工作經歷

- 宏將傳媒股份有限公司
- 樂松食品(蘇州)有限公司
- 東森分眾傳媒

媒體企劃總監
營銷處長
整合行銷副總經理

專長：產品企劃、行銷企劃、媒體企劃、媒體購買、顧客關係管理、危機處理、活動行銷

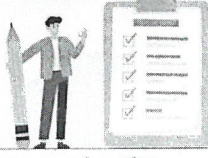
其他

- 國立屏東科技大學通人學院「109年度教育部大專院校創新創業教育計劃」創新創業諮詢顧問

線上授課

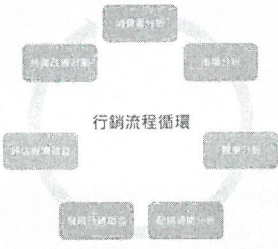
客戶類型1

產品經理、媒體窗口



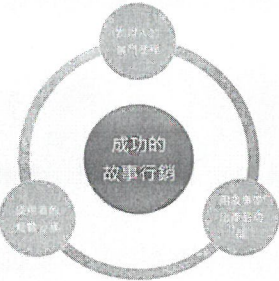
直客

媒體傳播，是客戶行銷最末端的一環



行銷流程循環

線上授課



成功的
故事行銷



他的聲音是我們共同的回憶

線上授課