

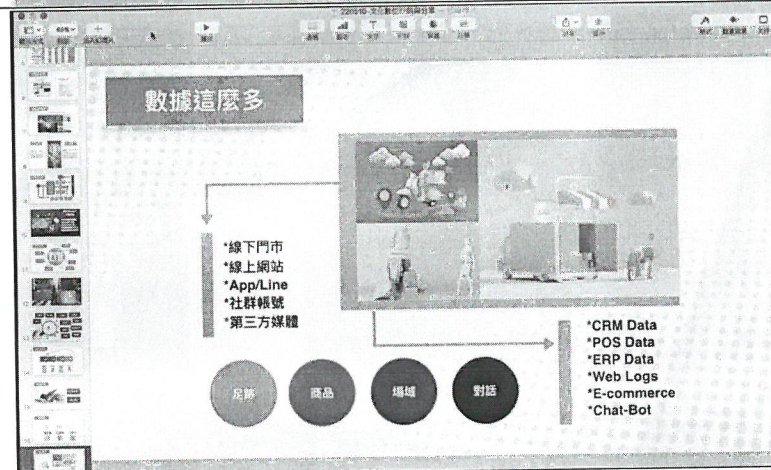
中國文化大學教育部高教深耕計畫
計畫成果紀錄表

| | | |
|-----------------------|---|-------------------|
| 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，原來如此 | |
| 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：111/05/09 下午13:00~16:00 活動地點：文化大學 MS Teams 主講者：數位行銷協會 盧瑜緯老師 參與人數：91 人 (教師1人、學生90人、行政人員 0 人、校外 0 人)</p> <p>內 容： 在網路盛起的時代中，數位行銷就是當紅的行銷方式，這次老師邀請了盧瑜緯講師帶我們了解數位行銷，這種行銷方式，一開始講師帶我們瞭解了數位廣告的演變，從一開始的版位刊登到關鍵字搜索，最後的綜合裡頭包括了，版位、形式、意圖、受眾、價格，涵蓋了許多不一樣的特點，讓現在的數位廣告能如此勝起，再來是廣告投放，找產品的受眾群並且投放相對應的媒體是重點。</p> <p>講師也有介紹一些案例的部分，其中一個案例十分有趣，他是在做法鼓山，他利用Line官方帳號，做了一個互動式的念經活動，有點像RPG遊戲，有團體競賽也有個人活動，讓念經不僅僅只是祈福，還有更多有趣的互動，我覺得超有特色的，這也算一個現代與宗教的結合，還有一個我也覺得十分有趣的是麥當勞利用麥克雞塊與糖醋醬製作的字體，讓大家會因為一時興起想做使用，也能達到宣傳手段，我覺的十分可愛又有趣。</p> <p>其實不管是什麼樣的廣告都要找到他的受眾群，或是跟著現今流行讓數位行銷達到最大化。</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) |

王翔郁



線上授課



線上授課

| 廣告類型 | 一般媒體平台 General Media | | | | 社交媒體平台 Social Platform | | | |
|--------------------------------|----------------------|--------|--------|--------|------------------------|--------|-------|-------|
| | 行動端 | | 桌機端 | | 行動端 | | 桌機端 | |
| | 總金額 | 百分比 | 總金額 | 百分比 | 總金額 | 百分比 | 總金額 | 百分比 |
| 展示型廣告 Display Ads | 34.67 | 7.18% | 12.36 | 2.56% | 108.99 | 22.59% | 14.06 | 2.91% |
| 影音廣告 Video Ads | 65.32 | 13.54% | 31.46 | 6.52% | 22.32 | 4.63% | 2.55 | 0.53% |
| 關鍵字廣告 Search Ads | 58.59 | 11.59% | 52.81 | 10.94% | 0.69 | 0.00% | 0.60 | 0.00% |
| 口碑/內容操作 Buzz/Content Marketing | 27.38 | 5.67% | 9.12 | 1.90% | 31.50 | 6.53% | 1.65 | 0.35% |
| 其他廣告類型 Others Ads | 1.53 | 0.32% | 0.23 | 0.04% | 6.60 | 0.00% | 0.00 | 0.00% |
| 平台 X 類型總和 | 194.49 | 40.30% | 106.09 | 21.97% | 467.82 | 33.74% | 39.26 | 3.99% |
| 整體廣告量 | | | | | 482.56(億元) | | | |

線上授課

王翔郁