

# 中國文化大學教師教學創新暨教材研發獎勵期末成果報告書

## 壹、計畫名稱

聽演講不只是聽演講—導入「活動行銷」實作訓練以提高學生學習參與度之教學創新計畫

## 貳、實施課程、授課教師姓名

實施課程：廣告專題講座

授課教師：漆梅君、顏惠芸

## 參、前言

一場演講活動雖然短短幾個小時，但往往是濃縮講師職場多年寶貴心得之精華結晶，尤其本系有些技能知識並不足以開設全學期 18 周課程，或是有些業界資深翹楚無法配合學校固定授課時間，再者，廣告與數位媒體環境變化迅速，使致於透過演講課程可補強在瞬息萬變的環境下，新知識新技能的同步躍進。因此，本系於大三開設「廣告專題講座」課程，目的

一在使學生於大一大二修習相當數量之基礎理論課程後，能藉由業界專家之分享，了解實務面的實際操作；其二，在補充未足以構成開設課程之廣告與行銷主要趨勢與應用；其三，瞭解最新之市場動態與傑出廣告案例，以紮下在廣告策略、企劃、數位媒體等方面之厚實基礎與實戰能力；其四，為三年級升四年級暑期校外實習奠基，俾能迅即接軌適應業界環境。

然而，即便努力邀約一流大師撥冗前來傳授至尊寶典，但台下學生總是聊天、恍神、滑手機，場面著實難堪，無怪乎曾有知名學者於國內某大學演講時感嘆，時下學生不知把握聽講良機，吸收寶貴資訊，白白浪費光陰！

有鑑於此，本計畫欲活化演講形式，導入翻轉課堂(Flipped Classroom)之理念，以學生為中心，採活動行銷(Event Marketing) 方式，使學生不再只是舒服地坐在演講廳吹冷氣打瞌睡，而是讓學生從想議題、找講師、到應用基礎課堂所學，主動規劃一場精彩演講，實際去”炒熱”學術活動，達到應用已知(大一大二基礎理論)又學習新知(聽講收穫)的雙重效果。

## 肆、計畫特色及具體內容

### A.計畫特色

傳統教學方式著重於老師台上講，學生台下聽，聽演講尤其如此，多半由老師邀請產官學界盛譽卓著的學者專家蒞臨學校，學生們只需坐在台下聆聽，雖講題與講師皆一時之選，然學生參與度低，學習效果不彰，徒然浪費了寶貴的知識學習機會。

「廣告專題講座」課程則創新教學設計，帶入翻轉課堂之理念，改由學生先做功課，收集資料，了解當前廣告及行銷環境的重要議題，並根據議題找出最佳人選，再以活動行銷(Event Marketing)的角度，企劃並執行全部活動過程，由撰寫邀請信函，到拜訪演講者溝通演講內容，到新聞稿發佈、線上線下演講宣傳活動，到各式文宣品設計、文案發想、創意影片拍攝、社群媒體操作(如演講活動粉絲團設立)、校園媒體應用(如華岡電視台/華夏導報/系網校網/文化一周)、實體宣傳活動(如仇人坡/學生餐廳/相關學系跑班互動)等、到當日講廳佈置、貴賓接待應對、演講開場設計、中場秩序管控、終場閉幕儀式、攝影錄影筆記記錄、同學回饋問卷設計與統計、安排校園記者採訪、撤場清潔整理、活動檢討與結案報告等。

此創新教學設計，大大提高學生全程參與度，並以編組方式刺激各組良性競爭，使學生興趣高昂。且由於講題是學生所關注之議題，演講者是由學生親自邀請，所以學習動機強烈，聆聽更加專注，達到學習新知的目的，也同時訓練了學生活動行銷的能力。

## B.具體內容

本教學計畫首先就班級學生人數編為 10-12 小組，各組組員就廣告宣傳、公關接洽、視覺設計、統計分析、資料彙整、財務管理等，進行責任分工。

具體執行內容含下列四大部分：

### (一) 議題規劃與講師評估

引導學生收集資料，了解廣告相關業界最關切最熱門或最具前瞻性之議題，並根據此議題搜尋最適切的專家，了解專家之背景與成功之道，提出演講 proposal 並通過老師審核。

### (二) 演講專案活動企畫與執行

指導學生應用過去「整合行銷傳播學」、「廣告學」、「傳播原理」等基礎理論課程所學，策劃一場成功的演講。由撰寫邀請信函，到拜訪演講者溝通演講內容，到新聞稿發佈、線上線下演講宣傳活動，到各式文宣品設計、文案發想、創意影片拍攝、社群媒體操作(如演講活動粉絲團設立)、校園媒體應用(如華岡電視台/華夏導報/系網校網/文化一周)、實體宣傳活動(如仇人坡/學生餐廳/相關學系跑班互動)等、到當日講廳佈置、貴賓接

待應對、演講開場設計、中場秩序管控、終場閉幕儀式、攝影錄影筆記記錄、同學回饋問卷設計與統計、安排校園記者採訪、撤場清潔整理、活動檢討與結案報告等。

### (三) 演講內容吸收

當日聽講所得除錄影及筆記記錄外，並進一步歸納整理，且鼓勵學生根據演講內容延伸問題討論。

### (四) 專案活動檢討與結案報告

分籌備階段與執行階段作具體檢討，且指導學生設計問卷並進行量化分析以了解同學意見回饋、製作演講活動書面及 3-5 分鐘影音結案。

## 伍、實施成效及影響 (量化及質化)

### A.

#### • 學習評量

課程的實施成效可以透過課堂活動執行與成效、活動結案、期末考試與平時表現進行質化評估。活動執行與成效部分，本課程有制定工作檢核表，在活動的各段期間均制定標準，讓學生與指導老師可以隨時互動檢核，檢核表如圖1、圖2所示。

廣告專題講座 演講舉辦工作檢核表		檢核重點					
階段	項目						
籌備 1	摘要表及準備	<input type="checkbox"/> 摘要表內容詳實填寫 <input type="checkbox"/> 主題(副標)與視覺設定,演講前 10 天發送至老師信箱並取得認可 <input type="checkbox"/> 演講前一週準時提交 <input type="checkbox"/> 準備學刊、舉刊 <input type="checkbox"/> 準備感謝狀					
籌備 2	活動企劃 廣宣設計	<input type="checkbox"/> 人選安排 <input type="checkbox"/> 企劃過程回報進度情形給兩位老師 <input type="checkbox"/> 前置採訪與交流 <input type="checkbox"/> 主題設定與創意概念 <input type="checkbox"/> 文案表現與視覺重點 <input type="checkbox"/> 平面設計 <input type="checkbox"/> 宣傳影片 <input type="checkbox"/> 活動設計					
籌備 3	校園宣傳	<input type="checkbox"/> 跑班宣傳(5-10 分鐘)已徵求任課老師同意 <input type="checkbox"/> 跑班能適切傳達宣傳資訊 <input type="checkbox"/> 系網訊息露出 <input type="checkbox"/> 校網訊息露出 <input type="checkbox"/> 其他校內、外媒體露出 <input type="checkbox"/> 網路宣傳 <input type="checkbox"/> 整體宣傳到達率及成效					
籌備 4	貴賓邀請	<input type="checkbox"/> 寄送公函(蓋系章) <input type="checkbox"/> 適當時間發送邀請卡 <input type="checkbox"/> 邀請卡內容正確詳實 <input type="checkbox"/> 聯絡演講貴賓安排交通及餐食 <input type="checkbox"/> 申請貴賓停車 <input type="checkbox"/> 告知老師當天接待安排 <input type="checkbox"/> 演講人行前提醒					
接待 1	貴賓室	<input type="checkbox"/> 貴賓到校接引 <input type="checkbox"/> 接院長、主任、老師至貴賓室 <input type="checkbox"/> 接待室已張貼海報及致歉函告 <input type="checkbox"/> 接待室整潔 <input type="checkbox"/> 接待室飲料茶點及文宣佈置 <input type="checkbox"/> 當日簡易流程已向貴賓說明 <input type="checkbox"/> 提醒中場鐘聲 <input type="checkbox"/> 與演講貴賓交流互動 <input type="checkbox"/> 說明本次演講宣傳活動的安排與成效 <input type="checkbox"/> 簡報檔案匯入電腦 <input type="checkbox"/> 簽收演講費領據 <input type="checkbox"/> 確認進場情形後帶領貴賓往演講廳移動 <input type="checkbox"/> 提醒貴賓先上化妝室 <input type="checkbox"/> 入演講廳動線引導 <input type="checkbox"/> 協助演講貴賓提領攜帶物品					
接待 2	簽到台	<input type="checkbox"/> 設置全人學習護照					

圖1. 廣告專題講座 演講舉辦工作檢核表



在學期期末考試部分，本課程會根據每週課程專題講座之內容制定期末考試，每週一題，平均一個學期有12道題目，由於學生除了活動舉辦還需週週聽講，為減輕學生負擔，每位學生可任選四題深入發揮。圖4為本學期期末考試題目。

問答題：

- 12 題選 4 題作答，多回答題項不予計分。
- 每題 25 分（每題正確回答演講貴賓名字佔 5 分）。
- 可不依序作答，但務必標明題號，題號標示錯誤或標示不清者得不予計分。
- 答題請勿自由發揮，限以課程演講內容有關的知識或案例作答。
- 作答時應寫明選答題號，並先寫出演講人姓名後，再開始作答。

1. 演講當天，專案經理有提到一個觀念為 DOG，請問代表什麼意思，而這類的行銷工具有哪些？（BenQ 明基電通股份有限公司專案處 專案經理\_\_\_\_\_，科技便利屋－行銷秘訣限時販售中）
2. 黑松汽水與黑松沙士在行銷主軸上有很大的不同，其不同之處在哪？並請以廣告案例說明。（黑松股份有限公司行銷處 副處長\_\_\_\_\_，Hey！！Fun 松一下－黑松沙士的品牌價值）
3. 邱副引用《格雷的五十道陰影》：調教、束縛、自由，說明該公司行銷方式，請說明具體作法？（采妍國際股份有限公司 副理\_\_\_\_\_，不隱形革命-塑造完美鎧甲的秘密）
4. 請問 GOGORO 為何選用台灣為全世界第一個實施國家，請說明原因。（睿能創意 GOGORO 行銷總監\_\_\_\_\_，驅動城市）
5. 請問威秀影城為何是全台市佔率第一名的影城，其原因為何？請說明。（威秀影城 董事長\_\_\_\_\_以及公關經理\_\_\_\_\_，搞。電影）
6. 當 Line 在台灣的用戶數量達標之後，他們是用那些方式繼續鞏固與提升用戶數？（LINE TAIWAN 台灣連線 行銷總監\_\_\_\_\_，零界線 LINE 出行銷不設限）
7. 人生之所以有樂趣在於什麼？請說明並以自身為案例解釋。（肯邦國際股份有限公司 執行長\_\_\_\_\_，明天我要請教昨天的我）
8. 請問何謂 OTT？並請分別指出大陸三大企業及其旗下的影音平台為何？（愛奇藝台灣站嚴錕錕娛樂公司 董事長\_\_\_\_\_，追劇人-愛奇藝成為影音龍頭的秘密）
9. 頒獎典禮當天，主講人以自己為例，給予同學雖短卻極具意義的勉勵，請根據內容說明心得。（台灣電通 總經理\_\_\_\_\_，星廣獎－越來越領金）
10. 國防部發言人臉書 Facebook 是國軍形象推廣上極重要的工具，請問其經營特點有哪幾大項？（國防部發言人/少將\_\_\_\_\_，國軍幫幫忙 - 國防行銷實戰家）
11. 總監當天舉出超過五個以上的行銷案例，請提出兩個當天印象最深刻的案例，並以流程說明。（台灣奧美 執行創意總監\_\_\_\_\_，臨界點—行走在創意邊緣的原則）

圖4. 廣告專題講座 期末考卷

相關質化實施成效可以從本學期期末問卷得知，學生回饋如圖5所示，

對於分組規定有意見，希望與有默契的人同組	希望組與組間的資訊可以更流通，會議廳有時很悶不舒服！辛苦老師們了！
學到很多	很棒
希望筆試分數佔總分比例降低	雖然過程困難重重，但學習很多，希望下學期會更好！
認為課程目標不明，對筆試內容有意見	補助金額拖太久，希望學校先給，金額少自己賠錢，很窮沒錢吃飯！
感謝老師指導，希望老師對重複三人以上的組別多扣分！	專講分組AB不用硬性規定，第三組金額還沒下來！！
感謝老師的指導！	希望未來有更多的創新活動，專講在外系的知名度還不是很高
人數重複過多的小組造成他組分組困難，應嚴懲！	分組AB兩班難以平衡，但感謝老師給予獨力解決問題的能力！
感謝老師，學到很多能力，期待下學期！	上學期的專講可以暑假前就分好組，先在課堂上說好規則！
希望分組不受限，若有規定應嚴格執行！	希望考試可以換別的方式考或開書考！
希望學校多提供經費，光影印費就超過2000	希望互評表繳交的時間可以晚一點，與結案報告同一天，有點趕！
希望大恩101電腦設備改善	有意義的課程，但考試可以換個方式
希望保持此授課方式	分組好傷感情
覺得很充實謝謝老師	希望第一組開始的時間可以晚一點
分組殘酷，有提供分組方式	都很好
希望分組方式更加完善	大二暑假可以開始抽籤
很棒的體驗，希望一直延續下去	希望可以開放更多元的講者
好不容易辦完專講，還要考試有點痛苦！	文化廣告好棒！一點都不後悔選擇
很棒	謝謝老師，辛苦了！
經費不足，老師同學們都辛苦了！	能學習如何辦一個活動；筆試一問一答的方式很有框架
無太多建議，課程很棒	希望考試開放手抄筆記
宣傳都不會跑三年級的班，看不到他組創意很可惜！	建議問卷不要記名；開放一定額度的FB廣告投放；開放校外學生報名
老師辛苦了！我們下學期會繼續加油！	
希望分組抽籤日期提前，希望老師可以幫忙篩選講師	
花很多時間與精力，希望團隊分數比例拉高，降低筆試分數比例，這堂課給的收穫很大	
很开心有這樣的課程，希望有更多類似的課程學習	

圖5. 廣告專題講座 期末教學意見質化部分

相關量化實施成效可以從本學期期末問卷（7點量表）得知，分析結果如圖6所示，

題目：

Q1喜歡哪一場演講 Team11

Q2哪一組宣傳最特別 Team10

Q3活動主軸與視覺設計 Team10

Q4授課方式創新創意 平均5.91

Q5提升學習興趣動機 平均5.80

Q6對學習有幫助 平均5.94

Q7希望未來更多類似課程 平均6.10

Q8 開放性題目，其他意見，結果如圖5所示。

## 伍、 結論

回顧本計畫目的為希望活化演講形式，導入翻轉課堂(Flipped Classroom)之理念，以學生為中心，採活動行銷(Event Marketing) 方式。在實施一學期之後，經過問卷調查，可以發現學生對於這樣的課程持正面意見，也希望未來可開發更多類似課程，而這樣的課程也的確能引起學習動機與興趣，讓學生們實地操作，由做中學學習獲取經驗，遠比傳統教學方式著重於老師台上講，學生台下聽，這樣的單項式教學來得有效益。經過本學期十一場演講的操作訓練，很明顯發現後兩組同學有了指導老師於課後與期中考週的檢討指正與前面小組同學的經驗分享，整體表現獲得同儕的們的喜愛，如此組間的相互學習與良性競爭，除了培養學生團隊合作能力，亦能從不同小組的講者中獲取業界專業經驗，可為一種雙贏的成果，期望未來學校能持續支持相關類似課程，提供更大的資源，不僅在教師的獎勵，也能實際多多給予學生更多的補助與校內媒體的露出協助，以讓這樣的活動可以分享給更多的校內師生。

陸、 執行計畫活動照片

以下以本學期其中一場演講所有過程的畫面與連結供參考佐證。

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

( 雪苾集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家—上學期(1071)



中國文化大學 · 廣告學系專題講座 第四小組

## 跨界虛實

體驗新行銷 玩轉新世界

學而數位 群創意總監 **張柴商**

2018.10.23  
大恩 101 國際會議廳  
13:00-15:00

講者：  
雪苾集團SHARE學而數位  
群創意總監 張柴商先生

主視覺

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

( 雪苾集團SHARE學而數位 )

1

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)



系學會 畢籌組 系友會 網站地圖



廣告學系 ▾ 入學資訊 ▾ 師資介紹 ▾ 課程規劃 ▾ 教學資源 ▾ 教學成果 ▾ 學生專區 ▾ 下載專區 系友總會 訊息公告



## 【跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界】

文大廣告學系專題講座 第四小組

中國文化大學廣告學系第四小組「跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界」，有幸邀請到雪苾集團SHARE學而數位 群創意總監 張崇商先生，來為我們分享廣告界經久不衰的熱門議題—虛實整合的實際操作與應用，張崇商先生將於2018年10月23日（星期二）下午一點到三點蒞臨中國文化大學大恩館101國際會議廳，讓我們一同進入虛擬結合無限創意的廣告樂園吧！

張崇商先生今年九月加入在七月剛剛成立的SHARE學而數位，曾經在聯樂數位行銷擔任創意總監，擁有十多年的數位創意經驗，對虛實整合和數位行銷有他自己獨到和專業的見解與視角。我們所處的數位時代，資訊和知識更新迅速，你是否會對未來從事廣告行業有迷茫之感，希望有前人來為你指點迷津，那麼非常歡迎來參加這次「跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界」，10月23號，大恩101，你想知道的 都將被拉開帷幕，露出冰山真面目！

想知道虛實整合到底是什麼嗎？想了解在這個變幻莫測的數位時代我們應該掌握什麼樣的核心知識嗎？10月23日，大恩101國際會議廳，我們期待你的到來！

主辦單位：中國文化大學廣告學系 專講第三小組

新聞稿

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苧集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)

宣傳影片



# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苧集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)

粉絲專頁

收件匣 <sup>21</sup>

通知 <sup>4</sup>

洞察報告

發佈工具

設定

使用說明 ▾



中國文化大學廣告  
學系專題講座  
@pccuadlecture

首頁

貼文

影片

相片

關於

社群

活動

資訊和廣告



已說讚 ▾ 追蹤中 ▾ 分享 ...

發送訊息 ✎

建立貼文 直播 活動 優惠 工作機會

撰寫貼文.....

相片 / 影片 感受 / 活動 打卡 ...

品牌故事

Facebook宣傳

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

( 雪苧集團SHARE學而數位 )

1

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)

粉絲專頁 收件匣 21 通知 4 洞察報告 發佈工具

設定 使用說明



中國文化大學廣告學系專題講座  
@pccuadlecture

首頁

貼文

影片

相片

關於

社群

活動

資訊和廣告

推廣

管理推廣活動

已說讚 追蹤中 分享



中國文化大學廣告學系專題講座分享了 1 則貼文。

由葉子青發佈 [?] · 昨天下午 3:50 ·



期待已久的抽獎活動只剩下不到三個小時啦！

今天下午六點截止咯！今晚就會公佈獲獎名單～🏆

還沒有按讚分享獲得抽獎資格的同学快快到去往這個連結：

<https://www.facebook.com/1564197026928304/posts/2505314279483236/>…… 更多



發送訊息

你有朋友可能會喜歡你的粉絲專頁嗎？  
邀請朋友對中國文化大學廣告學系專題講座按讚並協助你與更多用戶聯繫。

查看所有粉絲專頁祕訣 3

回覆率 100%，回覆時間為 29 分鐘  
加快回覆速度即可啟用標章

8,982 個讚 本週 83 個 +  
Chris Lam 和其他 247 位朋友

9,005 人追蹤

本週貼文觸及人數 13,130

本週有 2,320 個影片觀看次數

此專頁有 8,982 人說讚、9,005 人追蹤  
Chris Lam 和其他 247 位朋友

社群 查看全部

林妍汝和其他 247 位朋友都說這裡讚



邀請朋友 聊天室(7)

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪瓦集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)

粉絲專頁 收件匣 21 通知 4 洞察報告 發佈工具

設定 使用說明



中國文化大學廣告學系專題講座  
@pccuadlecture

首頁

貼文

影片

相片

關於

社群

活動

資訊和廣告

推廣

管理推廣活動

已說讀 追蹤中 分享

中國文化大學廣告學系專題講座  
由葉子青發佈 [?] · 10月21日上午11:25 ·

Ground Control to Major Chang

Commencing countdown, engines on

地面指揮呼叫張船長！倒計時開始，啟動引擎！

(Cher非常喜歡這首「Space Oddity」，很好聽喔，推薦大家也去聽~嘿哈) …… 更多



學而數位  
群創意總監 張柴商

發送訊息

林妍汝和其他 247 位朋友都說這裡讚



邀請朋友

8,982 人說這讚

9,005 個人正在追蹤

關於

查看全部

平均回覆時間：一小時內  
發送訊息

http://www2.pccu.edu.tw/...

推廣網站

社群

編輯建議

團隊成員



中文(台灣) · English (US) · Español ·  
Português (Brasil) · Français (France)

+

隱私政策 · 使用條款 · 廣告 · Ad Choices ·  
Cookie · 更多

聊天室 (8)

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苾集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家—上學期(1071)

2018/10/17 專講第四小組「跨界虛實  
- 體驗新行銷，玩轉新世界」仇人坡、  
跑班宣傳活動

48張相片 · Updated 19天前

Facebook宣傳戶外  
實體活動 ( 虛實整合 )

 新增相片



# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪梵集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家—上學期(1071)



# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苺集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家—上學期(1071)



# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苾集團SHARE學而數位 )

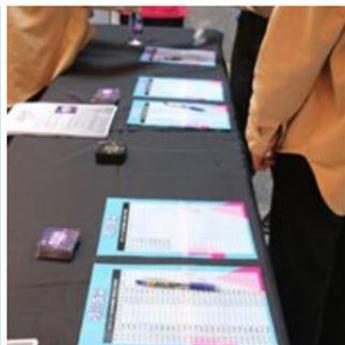
廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)

## 『跨界虛實-體驗新行銷，玩轉新世界!』 10/23 專講活動

59張相片 · Updated 13天前

Facebook宣傳當天  
活動 ( 虛實整合 )

 新增相片



# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苾集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)



# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

( 雪苾集團SHARE學而數位 )

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)



活動當天

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

## ( 雪苾集團SHARE學而數位 )

1

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家 – 上學期(1071)

系學會 畢籌組 系友會 網站地圖

文化廣告  
CHINESE CULTURE UNIVERSITY  
the DEPARTMENT  
of ADVERTISING

廣告專講  
ADVERTISING LECTURE

廣告學系 ▾ 入學資訊 ▾ 師資介紹 ▾ 課程規劃 ▾ 教學資源 ▾ 教學成果 ▾ 學生專區 ▾ 下載專區 系友總會 訊息公告

### 【跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界】 事後新聞稿



廣告學系專題講座第四小組這次很榮幸邀請到雪苾集團旗下學而SHARE數位的群創意總監，張崇商先生來與我們分享本身多年在數位創意應用的經驗，並帶入案例讓我們能更深入了解現在虛實整合是如何行銷操作及應用，以及回應我們這些學子面對未來從事廣告行業感到的迷茫與疑惑。時間於2018年10月23日(二)下午1點到3點，地點大恩館101國際會廳舉辦「跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界」專題講座。

當天張崇商總監在講座開始時，先跟我們簡單介紹本身的背景後，分享為什麼能在數位創意領域待了7年仍樂此不疲，接著深入提到創意產業的變化以及虛實整合的概念是什麼，並舉幾個案例讓我們深入了解到如何操作數位行銷。後半段分享幾個得獎秘訣，並分享面對客戶或是比較困難的案子時，該用什麼心態去面對，打一場完美漂亮的仗。最後透過學生可能會對廣告行業、虛實整合、創意發想等等的問題來一一解答，讓同學們能夠更了解未來自己是否適合這個產業及這個產業的樣貌是什麼。

廣告學系專題講座第四小組非常感謝學而SHARE數位張崇商總監蒞臨演講，當天除了本系師生以外，也吸引到外系與外校的同學前來聆聽，一同吸取寶貴知識，同學們皆受益良多，並且都對此次的講座感到滿意。在此感謝漆梅君老師以及顏惠芸老師的用心指導和建議，也謝謝全體師生的熱烈參與和支持，讓我們能順利的完成這次的專題講座。

事後新聞稿

# 跨界虛實—體驗新行銷，玩轉新世界

1

(雪苾集團SHARE學而數位)

廣告、行銷、媒體、傳播相關專家—上學期(1071)



結案報告書

計畫摘要表

當日簽到表

備註：

1. 本報告書大綱得視需要自行增列項目。
2. 成果報告書須另以光碟儲存，並附加執行計畫活動照片電子檔。