



品牌傳播策略及整合傳播案例分享

時間：2024-04-29

地點：文學館 L412

□ 活動內容說明：此堂課講師將圍繞品牌傳播策略及整合傳播案例分享，以麥當勞品牌傳播策略為例，深入解析從前端市場分析，品牌定位，產品設定，傳播主軸建立，至整合傳播計劃展開軌跡和內容，協助學員了解實際操作品牌傳播專案的過程，並透過實作練習協助學員啟發創意及創造獨一無二的整合傳播計劃。

□ 活動實際狀況：活動初期，講師先帶各位學員初步認識何謂品牌傳播，比較行銷和傳播的不同之處為何，接下來更進一步介紹品牌傳播工具有哪些，如：DRIP MODEL、AIDA MODEL、4A MODEL 等。活動中期則以威德運動飲料和麥當勞行銷活動作為案例分享，詳細介紹一個完整的整合傳播計畫該如何製作，如：品牌定位、品牌角色、品牌個性等，並將以上案例作為小組討論的引導。活動後期，將參與學員進行分組，對威德即將上市的運動飲料，進行品牌傳播計畫發想，發想過程需選擇一個品牌工具作為主軸，並呈現 360 度整合行銷企劃，最後請各小組上台分享為威德運動飲料所制定的行銷傳播計畫。



同學參與情況



品牌傳播策略及整合傳播案例分享

時間：2024-04-29

地點：文學館 L412



講師展示演講重點



分組上台呈現