

出國報告（出國類別：其他）

數位行銷、媒體與廣告 研討會與展覽研習

服務機關：國立體育大學

姓名職稱：江亦瑄副教授

派赴國家：新加坡

出國期間：中華民國 112 年 9 月 27 日至 9 月 30 日

報告日期：中華民國 112 年 10 月 30 日

摘要

本報告呈現 DigiMarCon Singapore 2023 國際研討會的重要觀察和學習成果。研討會內容涵蓋多個關鍵主題，包括社群聆聽（**Social Listening**）、數據分析（**Data Analytics**）、目標對象人物原型（**Persona**）、生成式 AI（**Generative AI**）和文化智商（**Cultural Intelligence**），這些主題對數位行銷、媒體和廣告領域至關重要。全球產業數位轉型對於運動管理的影響日漸明顯，傳播領域在人工智慧時代必將產生變革，大學教師必須持續成長，此次出國經驗對於提升專業能力和教學設計具有重要價值。

目次

壹、目的	1
貳、過程	1
參、心得及建議	3
肆、附錄（參訪之照片）	6

壹、目的

DigiMarCon 於世界各地舉辦多場國際研討會與展覽，每年集結行銷、媒體和廣告領域的頂尖專家，提供行銷傳播工作者、學者和高階主管有關商務開發、品牌增強與數位內容等最新知能的學習機會。透過主題分享、展覽觀摩和交流活動，與會者能夠多方討論、充分互動，並建立合作聯繫管道。

此次新加坡 DigiMarCon 策劃人 Aaron Polmeer 指出當前市場環境中，數位行銷已成為獨特的驅動力。因此對於創新、經營，以及人力資源升級而言，跟進最新趨勢和技術至關重要。此次出國研習符合教師專業成長目的，研習內容豐富，包括社群聆聽（Social Listening）、數據分析（Data Analytics）、人物原型（Persona）、生成式 AI（Generative AI）和文化智商（Cultural Intelligence）。這些主題在數位行銷、媒體和廣告領域之人才培育方向與教學都是關鍵，不僅有助於縮短大學與產業的距離，還能提供校友、業界人士參考。

貳、過程

一、研討會與展覽名稱

DigiMarCon Singapore 2023

二、地點：

新加坡濱海灣金沙會展中心（Sands Expo & Convention Centre）

三、研討會兩天流程與主題：

2023 年 9 月 28 日

9:30-10:00 [TECHSPO 展廳] 報到暨交流時間

10:00-10:20 [禮堂] 研討會開場

10:20-11:00 [禮堂] 數位行銷中的生成式人工智慧

11:00-11:30 [禮堂] 運用行為科技連結消費者購買趨勢

11:30-12:00 [禮堂] 當代行銷中的文化智商力量

12:00-1:30 [TECHSPO 展廳] 午餐暨交流時間

13:30-14:15 [禮堂] 數位行銷趨勢：專家洞察如何取得競爭優勢

14:15-14:45 [禮堂] 善用社群聆聽：運用消費者數據獲取可行洞察

14:45-15:15 [禮堂] 行銷的未來：運用人工智慧實現快速成長

15:15-16:00 [TECHSPO 展廳] 茶點暨交流時間

16:00-16:40 [禮堂] Cookies and Cream without the Cookies is Just...Vanilla:
個人化要素缺失

16:40-16:45 [禮堂] 研討總結

2023 年 9 月 29 日

9:30-10:00 [TECHSPO 展廳] 歡迎茶點暨交流時間

10:00-10:10 [禮堂] 第二天簡介

10:10-11:00 [禮堂] 數據科學崛起 大師班

11:10-12:00 [禮堂] 客戶數據平台 (CDP) 大師班

12:00-1:30 [TECHSPO 展廳] 午餐暨交流時間

13:30-14:30 [禮堂] 搜尋的未來 大師班

14:30-15:25T [禮堂] 行銷對象是哪一型

15:25-15:30 [禮堂] 會議總結與閉幕

15:30-17:00 [Bayview Foyer 宴會廳] 歡送茶點暨交流時間

參、心得及建議

一、心得

(一) 社群聆聽的關鍵性

聆聽指的是在社群媒體上持續注意、分析和理解對話和互動的過程。社群媒體聆聽通常涉及使用專用的軟體工具和技術，以追蹤特定關鍵詞、主題、品牌、事件或趨勢，以瞭解使用者的想法、情感和反應。

透過社群媒體分析幫助行銷傳播工作者了解消費者情感和反饋，能因此即時調整策略，提供更符合目標受眾需求的內容。這項專業持續發展，支持管理學院開設社群資料研究相關課程的必要性，引導學生運用社群聆聽工具輔助決策與評估。

(二) 數據分析的影響

Data Analytics 在行銷領域已是關鍵能力，應用於獲得洞察、預測趨勢、評估效益，並提高忠誠度。良好的分析與解讀能幫助理解目標市場，提高競爭優勢。數據分析的應用不僅能最佳化傳播策略，累積案例作為教學資源，對於產學接軌的效用亦高。大學教師應致力於將數據分析融入課程，使學生及早了解數據的重要性和應用方式。

(三) 人物原型的運用

Persona 用於代表目標受眾的虛構人物，這些虛構人物具體描述了目標受眾的特徵、需求、喜好、行為和情感。研討會中，講者分享如何理解人物原型，並探討不同類型之間的共存關係，讓我們更深入了解受眾在群體的角色狀態與依存。這個思考方式對於指導學生在行銷企畫上勾勒立體的目標對象非常有幫助。

(四) 生成式 AI 帶來的可能性

生成式 AI (Generative AI) 將影響大學教學方式，使學生更容易地產製文字、圖像與影音。通常需要大量的訓練數據和運算資源，但它的潛力相當巨大，足以衍生開發許多新的工具和更多自動化內容，因應碎片化與即時需求。目前國立體育大學 NTSUper 媒體團隊正在進行這方面的培訓，讓學生運用生成式 AI 快速創造行銷傳播文字素材，但 AI 並非取代人類，而是升級人力位階，學生先熟練指令、累積指令集組合、強化傳播工作流程，進一步跨域學習，與專家合作訓練大型語言模型，成為新興運動科技人才。

(五) 文化智商的國際視野

提及 Cultural Intelligence 不僅為了打破文化障礙、促進跨境行銷決策擬定，更有助於了解不同文化對品牌的評價和認知，並確保品牌形象在不同文化下保持一致性。如能培養學生跨文化交流和理解異文化的能力，將能帶動國際市場的開發與深化。大學應鼓勵學生積極發展文化智商，以應對全球化的商業環境。

二、建議

(一) 持續補助國際研習：

除了商管和傳播學門與產業重視行銷知能，許多領域的師生面對新媒體時代，可能也需要具備行銷素養和應用概念。政府與社會期待大學引領創新、落實社會實踐，也需要借重數位行銷發揮影響力。因此，國立體育大學支持教師專業成長，補助前往國際研討會與展覽吸收新知、掌握趨勢，期待有更多同事能獲得此補助機會，相信教師成長有益於學生專業發展及大學因應快速變遷的環境。

(二) 研習收穫融入教學：

擴大教師成長機會的同時，參與者應嘗試維繫持續接觸國際發展的管道，將獲得的知識和技能應用於課程開發或學習單元的設計，以利教育資源整合與進步，讓出國經驗實際在提升學生專業知能上發揮效益。

肆、附錄

研討會與展覽研習過程照片



