

課程名稱：16846_Google 多媒體廣告與頻道建置 課程摘要

本摘要由 Gemini AI 協助生成，僅供參考

1. 適合對象與能力門檻

- 適合族群：
 - 行銷人員與企劃：需要透過 YouTube 影音與 GDN 廣告精準獲客並提升品牌曝光。
 - 品牌主與企業老闆：希望建立官方 YouTube 頻道、經營品牌影音社群並規劃行銷漏斗。
 - 創作者與影音新手：欲了解 YouTube 頻道建置、工作室數據分析與基本廣告投放操作者。
- 能力門檻：入門（適合完全沒有廣告投放經驗或剛接觸 YouTube 頻道營運的學員，課程將從基礎建置一步步教學）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- 章節架構：
 - 章節一：掌握 YouTube 的趨勢洞察 — 分析台灣影音平台數據、YouTube 三大功能（影音/社群/搜尋）及常見影片類型切角。
 - 章節二：YouTube 介紹與頻道建制 — 頻道基礎設定、創作者工作室操作、影片上傳流程與後台數據分析（流量來源/觀眾輪廓/參與度）。
 - 章節三：YouTube 廣告投放要點 — 影音廣告版位介紹（可略/不可略/Bumper/首頁刊頭等）、計價方式（CPV/CPM/CPA）與吸睛素材製作五大心法。
 - 章節四：GDN 廣告介紹 — Google 多媒體聯播網廣告類型、文案與素材設計撇步、Smart Targeting 精準鎖定技術及廣告投放策略。

3. 必備前置知識清單

- **電腦與網路基礎操作**：具備基本的網頁瀏覽與檔案上傳能力。
- **Google / YouTube 帳號**：需擁有可用於登入 YouTube 工作室與 Google Ads 後台的 Google 帳號。
- **基本行銷觀念（非必須，有佳）**：對「行銷漏斗（認知/考慮/轉換）」與「受眾目標」有基礎概念更佳。

4. 專有名詞與概念辭典

- **CPV (Cost Per View)**：單次收視出價。觀眾完整觀看影片（如 30 秒或看完短影片）或產生互動時才需付費。
- **CPM (Cost Per Mille)**：每千次曝光成本。廣告每獲得 1,000 次曝光所需要支付的費用，常用於提升品牌知名度。
- **長點擊 (Long Click)**：使用者點擊影片並持續觀看兩分鐘以上（或未立即跳走）的行為。長點擊越多代表內容越符合受眾需求，易獲系統青睞。
- **GDN (Google Display Network)**：Google 多媒體聯播網。涵蓋數萬個網站與 App 的廣告展示網絡，能透過圖片、文字或影片創造曝光與需求。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃 / 數位廣告投放師 / 社群行銷營運專員
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能解讀 YouTube 工作室與 Google Ads 後台數據（流量來源、觀看續看率、CTR、CPC/CPA），優化影音 SEO 與廣告投放策略。
 - **工具操作與執行能力**：能獨立完成 YouTube 頻道建置、影片標題與 Hashtag 優化、多型態 GDN 與影音廣告素材設定。