

課程名稱：16822_Google 廣告服務與趨勢 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：**初學者與職場新鮮人（課程從基礎數位趨勢、全產品矩針介紹到計算公式皆有詳細拆解，極適合欲建立數位行銷觀念的初學者）、中階主管與老闆（適合需要評估整合行銷策略、瞭解全媒體佈局與 ROI/ROAS 決策指標之管理階層）。
- **能力門檻：**入門（無需任何廣告投放背景，具備 basic 數位網路使用經驗即可）。

2. 課程核心大綱與架構圖

- **章節架構：**
 - **章節一：**臺灣數位趨勢面面觀 — 剖析臺灣網路與影音使用習慣，以及消費者搜尋與購買歷程。
 - **章節二：**Google 全產品介紹 — 涵蓋搜尋、多媒體聯播網、YouTube 影音、購物廣告、APP 廣告與商家檔案六大產品。
 - **章節三：**Google 六大廣告目標 — 拆解銷售、流量、開發潛客、品牌考慮度、品牌意識及 APP 宣傳之應用。
 - **章節四：**Google 搜尋廣告 — 說明 SEM 與 SEO 的差異、關鍵字架構、文案撰寫、網站體驗與廣告評級（出價/品質分數/額外資訊）計價機制。
 - **章節五：**Google 商家檔案 — 說明實體店家數位化第一步、建立流程、影響排名的三要素（距離/知名度/關聯性）與優化 Checklist。
 - **章節六：**如何讓 Google 廣告發揮最大效益 — 結合行銷漏斗（品牌認知、觸動考量、轉換行動、再行銷）的全媒體佈局。

3. 必備前置知識清單

- **基礎網路概念：**了解瀏覽器（如 Chrome, Safari）、搜尋引擎及常見社群/影音平台之使用。

- **基礎數學運算能力**：了解基本乘除概念，以利理解點擊率（CTR）、每點擊成本（CPC）與投資報酬率（ROI）等指標計算。

4. 專有名詞與概念辭典

- **CPC (Cost Per Click)**：每次點擊成本，即每次使用者點擊廣告時所產生的費用（公式：廣告花費 ÷ 點擊數）。
- **CTR (Click-Through Rate)**：點擊率/點閱率，代表看到廣告的人當中有多少人點擊了廣告（公式：點擊數 ÷ 曝光數 × 100%）。
- **CPA (Cost Per Action)**：每次動作成本，取得一次特定目標動作（如註冊、下單、下載）的費用（公式：廣告花費 ÷ 動作次數）。
- **CPM (Cost Per Mille)**：每千次曝光成本，廣告獲得一千次曝光所需要的費用（公式：廣告花費 ÷ 曝光數 × 1000）。
- **ROI (Return on Investment)**：投資報酬率，衡量廣告投入後帶來的整體利潤佔比（公式：(廣告收益 - 廣告花費) ÷ 廣告花費 × 100%）。
- **ROAS (Return on Ad Spend)**：目標廣告收益，每一塊錢廣告費所帶回的營收金額（公式：廣告營收 ÷ 廣告花費 × 100%）。
- **廣告評級 (Ad Rank)**：決定廣告能否曝光與排名的關鍵指標，由「出價 × 品質分數 × 額外資訊」綜合計算而成，評級越高點擊成本越低。

5. 課程學習職能對照

- **對應職能名稱**：數位行銷企劃 / 廣告投放專員 / 整合行銷企劃
- **主要工作任務/能力指標**：
 - **分析與決策能力**：能分析數位市場趨勢、評估消費者歷程，並根據行銷漏斗選擇對應的 Google 廣告目標與數據指標（ROI/ROAS/CPA）進行策略評估。
 - **工具操作與執行能力**：能企劃與建構關鍵字架構、撰寫廣告文案、靈活配置額外資訊，並具備建立與優化 Google 商家檔案（在地 SEO）的實務執行力。