

銘傳大學 2023 追求高教卓越國際學術研討會-傳播組
第一階段摘要投稿 通過名單公告

編號	論文題目	作者 1	作者 2	作者 3	作者 4
11201	網紅男同志社群媒體經營與自我知覺之探索	黃○遠			
11202	台灣家庭中的女性角色意象-以電影《孤味》為例	郭○妤	黃○頻	楊○	邱○惠
11203	韓國 Webtoon 及改編電視劇的解讀與反思：以《女神降臨》為例	王○宜	葉○伶	游○驊	賴○釵
11204	數位內容 NFT 新商機？大眾對音樂 NFT 感知價值、產品屬性認知、知覺風險之研究	鄭○辰	吳○萱	劉○栩	陳○慧
11205	新冠肺炎疫情記者會與政治人物公關形象—以台北市長柯文哲為例	梅○筑	洪○媛	王○佳	
11206	從網紅到品牌，公眾人物形象塑造與社群媒體運營之公關策略研究：以羅蘭 YouTube 頻道 The Roland Show 為例	王○佳	李○諭		
11207	PBL 教學法於傳播課程之應用研究	余○芬			
11208	寵物星球	林○晴	巫○宇	吳○傑	
11209	消費者直播購物動機與行為模式	朱○麒	唐○謙		
11210	職籃社群在虛實整合下的行銷---以 P. LEAGUE+ 球隊為例	唐○霽			
11211	D2C 行銷模式對顧客購買意願影響之研究-以 Nike 為例	劉○云	劉○陽		
11212	Dream a Dream	黃○恩	蘇○芝		
11213	UNIQLO 永續發展下之消費者體驗對消費者滿意度及忠誠度影響性研究	黃○停	陳○慧		
11214	臺灣電商平臺之大數據分析-以蝦皮為例	鄭○琪	杜○聰		
11215	新冠疫情下我國會展產業之數位轉型—以會議及會展科技業為例	林○如			
11216	大學生抖音使用之比較分析	周○良			
11217	新聞媒體與平台議價之規管初探——比較澳洲《新聞媒體議價法》與台灣現況	梁○文			
11218	電視媒體電商購物平台經營策略與商業模式創新之研究-以 F 電視台為例	陳○穎	陳○慧		
11219	全球粉絲平台體驗行銷對偶像週邊商品購買意願影響性之研究-以 Weverse、UNIVERSE 為例	溫○莉	陳○慧		

銘傳大學 2023 追求高教卓越國際學術研討會-傳播組
第一階段摘要投稿 通過名單公告

編號	論文題目	作者 1	作者 2	作者 3	作者 4
11220	防疫險爭議的網路聲量剖析	游○亘	杜○聰		
11221	白紙革命在臺灣之網路輿情探究	尹○陽	杜○聰		
11222	新聞媒體採用爆料公社內容之要素—以中時新聞網為例	葉○穎	林○葶		
11223	泰國劇裡面的置入性行銷對日本閱聽人之影響—以泰國劇《2gether The Series》為例	片○葵			
11224	推理型節目的閱聽人研究—以娛百「凹鳴狼人殺」為例	羅○旻			
11225	網絡的力量:媒介化女性形象五因分析(以鄭家純遭性騷擾事件為例)	鍾○欣			
11226	網路社群論壇上閱聽眾對突發事件之言論分析—以奧斯卡頒獎典禮威爾史密斯打巴掌事件為例	紀○文	柴○真		
11227	離散主題歌曲的召喚性:香港二次移民潮(1984-1997 與 2020-今)下的歌詞文本比較研究	周○浩			
11228	擬社會互動、閱聽眾幸福感與寵物依附之關聯性研究—以寵物 YouTuber 好味小姐 Lady Flavor 為例	陳○怡	陳○宇		
11229	疫情期間俄羅斯對社群平台控制之探討	邱○惠	陳○豪		
11230	國軍新聞專業人員職能之探討	謝○檜			
11231	2022 年台灣線上動畫平台內容大數據輿情分析	盧○均	杜○聰		
11232	全媒體時代媒體民粹主義的發展趨勢:「媒體合謀」的傳播景觀	陳○成			
11233	2021 年公民投票網路輿情分析-以中國國民黨與民主進步黨為例	陳○穎	張○斐		
11234	藝人經紀人關鍵職能權重之創新構面探討:藝人和經紀公司管理人之比較	季○珊			
11235	線上社群的消費體驗信任建構、情感共鳴、社會幸福感之關聯性研究—以木曜 4 超玩為例	廖○榛	陳○宇		
11236	直播主特質與品牌知名度對電商直播平臺觀眾購買意願影響性之研究—以蝦皮 Shopee LIVE 為例	張○伶	陳○慧		
11237	《數位音樂時代下的卡帶行銷策略探討:以香港獨立唱片行「Desperate Infant Records」為例》	熊○賜	林○葶		
11238	初探元宇宙科技在臺灣媒體市場的認知、應用與前景	陳○豪	邱○惠		

銘傳大學 2023 追求高教卓越國際學術研討會-傳播組
第一階段摘要投稿 通過名單公告

編號	論文題目	作者 1	作者 2	作者 3	作者 4
11239	網軍在民主選舉的角色—以 2019 印尼總統選舉為例	羅○潔	張○斐		
11240	閱聽眾對 IP 改編劇的知覺價值、滿意度、口碑分享與購買意願之關聯性研究-以《山河令》為例	陳○宇	馬○臨		
11241	票房超越周星馳系列的香港喜劇：《飯戲攻心》文本分析	黎○風			
11242	美國電影中的種族歧視議題再現—以《幸福綠皮書》為例	陳○羽	巫○宇		
11243	國內主流媒體轉型的實驗與未來走向--以中天被迫轉戰 YT 頻道做為探討起點	孔○信			
11244	111 年全國大專校院運動會的鉅量分析	張○寰	杜○聰		
11245	淺談虛擬主播角色的特徵與設計	蘇○元	遲○麗	林○強	孫○祥
11246	初探政治正確運動對於媒體的影響	林○傑			
11247	Covid19 疫情邊境解封網路聲量與出國旅遊意願相關性之研究	李○政	黃○凱	劉○陽	
11248	水晶及礦石自創品牌新媒體經營實作與探討	李○萱	劉○陽		
11249	從媒體聚合看台灣新聞傳播教育重構	蕭○元	李○昇		
11250	音樂創作類型 Instagram 專頁之經營研究與分析	梁○文			
11251	藝人公關危機溝通策略—以白冰冰翻唱〈First Love〉事件為例	王○佳			
11252	以方法目的鏈理論探討消費者使用影音串流服務之需求	邱○祥	莊○燐		