

論文題目

- 周兆良 壹傳媒集團產製新媒體網路新聞的幾點啟示
- 邱瑞惠 愛國主義的宣揚：俄羅斯政府在新媒體發展的挑戰
- 單文婷 政府使用社群媒體行銷科學類政策研究—以原子能委員會臉書經營為例
- 孔令信 思考數據、探勘數據、分析數據與運用數據
-- 從2016美國大選民調失色的現象來檢視與反思
- 劉忠陽 新媒體行銷效益分析與研究—以國光劇團新編京劇《孝莊與多爾袞》為例
- 楊秀娟 來台研習陸生媒體近用之研究
- 林忻曄 數位科技之於著作權合理使用之研究
- 陳明珠 網路猥褻內容傳播倫理法規之探討
- 盛浩然 以創新傳佈理論探討-消費者對VR頭戴式裝置之採用意願因素分析
- 呂佳諭 中文：傳統媒體悲歌？閱聽人多螢幕使用行為研究—
新聞事件觀看經驗之探討
- 彭嘉敏 內容聚合平台《妞新聞》網站閱聽眾使用行為之研究
- 林恆生 Facebook社團資訊共享行為之研究—以日本旅遊社團為例
- 吳妍妍 海峽兩岸城市馬拉松參與者對城市體驗、滿意度與旅遊意象關聯性分析
- 周憲明 流浪犬議題之體驗行銷對寵物幸福感與領養行為意圖之關聯性研究
- 林韋華 宮崎駿數位迷群文化之分析
- 陳蓉萱 在交易成本理論基礎下探討「支付寶」對消費者決策行為之影響
- 許博程 中文：警政機關Facebook粉絲專頁之探討-以臺北市政府警察局為例
- 江俊鏞 應用模糊多評準訣擇評選舞台燈光音響視訊產業工程人員
- 楊翔勳 影音網站流量經營策略實作與分析-以客家電視為例
- 葉錦如 影音直播服務 網路行銷與實作
- 姜萊 雲服務涉及隱私權、著作權爭議之探討
- 陳彥如 中文：台灣婦幼警察大隊粉絲專頁經營之分析
- 林佩儀 餐飲業自媒體行銷平台實作與分析
- 林平能 中文：閱聽眾OTT TV使用意願影響因素之研究
- 程鼎鈞 以區位理論為基礎，探討消費者參訪藝廊的關鍵因素-以生活形態為調節變項
- 施承佑 以使用與滿足理論探索開箱文閱讀動機對閱讀行為之影響
- 楊苑琪 名人代言公益廣告效果之影響
- 辛苧豐 年輕閱聽人對懷舊偶像劇的觀看與解讀—以「16個夏天」為例
- 辛宜珊 女性另類媒體與公眾參與—以「女人迷」為例
- 鍾佩庭 初探中華職棒對企業為導向的屬地經營之適用性
- 孔祥毓 歸因及自我效能對環保行為意圖的影響
- 黃鞠禾 媽媽的臉書伸展台—以女名人書寫母職經驗為例
- 關傑予 探究情境式空間如何營造消費體驗
- 黃信捷 松山文創園區經營現況及傳播創新展望
- 陳瑾瑜 LINE商業效益探究：以AISAS模式解析消費者行為
- 王丹寧 探究紙媒報紙沒落後之內容創新——以「中國商報」為例
- 陳宛瑜 新博物館的傳播創意之應用—以安平老街為例

林雅薰 社群媒體用戶對使用Hashtag之行為模式探討-以Instagram為例
劉語平 社群音樂平台之心理沉浸與使用滿意度研究-以
SoundCloud、StreetVoice為例
余佩樺 閱聽眾對跨媒體雜誌選擇之研究
游政男 運用行動載具輔助學生社區尋根故事教學模組之設計研究
翁鉅奇 A.M.A.Z.E感性模式於動畫短片創作應用之研究
張育華 活化文創力-國光劇團品牌行銷之實踐效能