

銘傳大學「2025 追求高教卓越 國際學術研討會-AI 領航下的傳媒新發展」複審通過公告

編號	中文題目	第一作者	第二作者	第三作者	第四作者	第五作者
11401	新海誠動畫之災難故事與閱聽人解讀歷程：以《你的名字》、《天氣之子》、《鈴芽之旅》為例	嚴○婷	陳○亦	賴○釵		
11402	探討虛擬實境與運動國族主義對閱聽人正向情感、享樂感與使用意圖之影響—以 2024 巴黎奧運為例	沈○志				
11403	海廢再生永續創新整合行銷商業模式-以手機殼為例	陳○尹				
11404	生成式 AI 助力公關寫作的探究式教學實踐	王○佳				
11405	女性閱聽人觀看厭女微短劇研究	林○汝				
11406	真實之鬼與想像之國：《金門女兵》的水鬼隱喻與性別意識	吳○屏				
11407	2024 巴黎奧運與運動國族認同:基於 OpView 的大數據蒐集與網路輿論分析	林○賢				
11408	台灣基督徒與交友軟體	林○賢				
11409	創作者之紙本書出版：塔羅事典文化出版場域個案研究	郭○華				
11410	香港人身份認同在黃子華棟篤笑中的再現（1990-1997）：以隱喻框架探討	蔡○城	巫○宇			
11411	生成式 AI 融入行銷傳播課程之初探	余○芬				
11412	裂縫中的曙光-從日常生活覺察社會議題	張○芳	楊○愷	張○斐		
11413	直播商務中的信任：影響因素與社群參與之研究	林○暄	徐○洳			
11414	期待與解讀：探討都市情感劇價值觀構面的成功之道——以《裝腔啟示錄》為例	吳○茹	吳○屏			
11415	工藝之手	杜○怡	陳○恩	範○水	張○斐	
11416	文本視域：《詩經》文化傳播中的視覺化文學感研究	郭○馨	郭○齡	郭○曦	郭○郁	
11417	對當代媒介化理論建構進程的再反思	陳○成				
11418	視覺化轉向中的多模態論證：論當代廣告行銷修辭的發展趨勢	陳○成				
11420	傳播媒體 AI 著作權爭議與立法趨勢	田○欣				
11421	體驗行銷對品牌態度之影響性研究-以某非營利組織活動為例	施○凡	陳○慧			
11422	KOL 自創品牌對消費者購買動機影響之研究：以「再睡 5 分鐘」飲料店為例	黃○芹	陳○	陳○茹	邱○惠	
11423	生成式 AI 的媒體敘事框架：臺灣傳統媒體與網路媒體的主題建模分析	鄭○荃				
11424	理論 vs. 現實：AI 工具在新聞製程中的參與	陳○豪				
11426	職場霸凌的危機公關處理：以麥當勞性侵事件為例	陳○霖	杜○聰			
11427	英雄特攝迷的周邊購買意願之研究(以假面騎士為例)	劉○陽	于○昕	黃○凱		
11429	技術黑箱與價值偏差:基於“視覺隱喻”理論的視覺生成智能大模型創作機制研究	劉○航	藍○玲			
11430	全球南方視角下的俄烏戰爭媒體框架：以印尼與印度媒體為例	邱○惠	李○昇			
11431	漫步於光影之間迪化街文化傳承影片訊息設計之美學探析	蘇○緹				
11432	網頁視差滾動設計程度對使用者易用性影響研究	蘇○誠				
11433	探究顧客體驗價值、品牌愛慕及顧客忠誠度之研究-以沃田旅店為例	周○馨	徐○洳			
11434	跨文化視角下臺灣地下偶像的本土化挑戰與策略：基於霍夫斯泰德文化維度的分析	周○韜				
11435	從動態牆到心理狀態：社群媒體上的社會比較行為與其對自尊與幸福感的影響	蕭○元				

銘傳大學「2025 追求高教卓越 國際學術研討會-AI 領航下的傳媒新發展」複審通過公告

編號	中文題目	第一作者	第二作者	第三作者	第四作者	第五作者
11436	AI 時代新聞採訪寫作報導之變貌—以 TVB S 人工智慧團隊為個案探討	周○良				
11437	AI 時代大學新聞採訪寫作報導之重構—以銘傳大學廣電系新採寫課程為例	周○良				
11438	體驗行銷對消費者行為的影響分析-以 YouTube Premium 之訂閱意圖為例	黃○綺	謝○蓉	賴○晴	魏○芯	莊○璘
11439	電視節目模板研究發展軌跡之研究	巫○宇				
11440	圖文式社群貼文總能帶來比較好的情感連結與品牌好感？以「threads」和「instagram」作為比較案例	曹○方	陳○宇			