

銘傳大學「2026追求高教卓越 國際學術研討會-AI時代的全媒體傳播與永續策略」複審公告

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
11501	以AI輔助解決廣告違規風險之研究	田○欣				
11502	元宇宙與 AIGC 的交響:全媒體傳播的虛實整合與沉浸式敘事創新	陳○尹				
11503	生成式AI融入行銷傳播課程之教學模式建構	余○芬				
11504	AI的能供性及其賦權潛力:媒介化視角的理論分析	陳○成				
11505	AI如何在後平台時代驅動新聞業的重構	陳○成				
11506	生成式 AI 協作情境下廣告文案文本之角色功能樣態分析	王○佳				
11507	從永續價值到工具話語—ESG 在台灣 Dcard 線上社群中的框架轉譯	邱○惠	李○昇			
11508	AI取代人類記者? 2026年在新聞室中的實證研究	陳○豪	李○昇			
11509	社群網軍的模稜兩可行為之研究	李○昇	邱○惠			
11510	社會局愛心下的偏見、歧視與不平等	李○昇	陳○豪			
11511	全媒體時代內容創新策略之探討:以屏東縣車城鄉保力村文化再生與農村行銷為例	周○良				
11512	AI 傳播時代下的農村再生:以保力村視聽傳播與數位行銷為例	周○良				
11513	Instagram用戶開設Finsta之動機研究	黃○薇	邱○仙			
11514	越南國際學生臉書社群中的關注議題與社會支持行為初探:以「MUST VIETNAM FAMILY」為例	張○元	陳○慧			
11515	虛擬資產的信任崩塌與重建:以《鳴潮》更換聲優事件為例	李○龍	劉○陽			
11516	大型演唱會事件之網路輿情與 AIDA 模型轉化分析——以 2025 年 TWICE < THIS IS FOR > 高雄場演唱會為例	鄭○辰	杜○聰	巫○宇		
11517	匿名交友軟體使用者之自我揭露與使用動機研究	楊○	邱○仙			
11518	語境崩塌下的數位治理危機:以Threads演算法引發基層公職網路攻擊為例	朱○	杜○聰			
11519	數位平台生態下資深藝人之媒體再現與文化記憶保存:以邵智源與李炳輝為例之文本分析	張○旒	張○斐			

11520	密室逃脫體驗在社群媒體上的再現形式, 呈現出哪 些共通特徵與可辨識性?	梁○思	張○斐			
11521	全通路整合行銷傳播與大數據輿情搜尋引擎之運用: 以微風廣場為例	石○華	劉○陽			
11522	偶像與粉絲情感連結與應援策略-以《原子少年》節目為例	田○欣	詹○媛			
11523	Instagram 美食短影音如何形塑台灣大學生的購買意願? 從觀看動機到沉浸、互動與感知價值的歷程	林○樺	邱○惠			
11524	《吉卜力電影作品之敘事經濟與閱聽人反應: 以宮崎駿電影為例》	鄭○昕	劉○穎	邱○君	賴○釵	
11525	VTuber產業的AI技術應用與創新轉型: 粉絲加值需求分析	鄭○軒	周○育	曾○閔	陳○慧	
11526	《被改變的未來》生成式AI對新世代 衝擊與改變: 從教育到傳播行業的觀察	陳○辰	柯○曦	林○豐	吳○傑	
11527	品牌回應策略與社群情緒動態之關聯——以麥當勞「獵人卡牌」事件之 Threads 討論為例	李○淇	王○佳			
11528	微型美食創作者的跨平台經營策略: 以 Instagram 與 Threads 之互動表現為例	遲○麗	蘇○元	韓○淋	陳○君	鄔○悅
11529	演算法時代的創作共生: AI 輔助工具對Instagram 圖文創作者經營效率與粉絲黏著之影響——以雙頻道經營觀察為例	蘇○元	遲○麗	吳○婷	曹○弦	馮○儀
11530	新媒體環境下的新聞迷因轉化以美國星巴克豬頭杯事件為例	李○捷	李○龍	劉○陽		
11531	心聆輔導室	林○蓉	林○紘	劉○陽		
11532	人工智能時代的跨媒介敘事與未來傳播: 多元主體、迭代技術與融閭媒介 —— 以影遊融閭類互動電影為例	袁○				
11533	比較UGC和FGC內容對情感共鳴及品牌好感度的關聯性研究以麥當勞X獵人聯名活動在Threads社群平台為例	簡○芸	李○彤	周○妤	陳○宇	
11534	AI教你飛航安全, 你買單嗎? AI生成影片對風險感知與行為意願之影響-- 以起飛前飛安示範影片為例	謝○杰	王○善	林○斐		
11535	AIGC與BSN對新型內容生產的影響與策略	任○娟				
11536	從 AI 豬哥亮廣告爭議探討數位復活的真實性協商與擬社會倫理	莊○媛				
11537	不同付費機制中在Z世代使用者對AI 陪伴的情感投入、依賴程度與心理風險差異比較	林○霖	王○菁			
11538	演算法推薦與平台使用強度對社群參與之影響	蕭○惠	蘇○州			
11539	女性健身創作者的身體意象建構與社群互動分析	郭○妤				
11540	「好內容」如何被實際運作? ——短影音創作實務中敘事呈現可運作性的質性	吳○軒	許○凱			

11541	人工智慧驅動之數位轉型脈絡下心理賦權、職場安全感與主觀幸福感之階層線性模型分析	劉○玲	張○基			
11542	演唱會電影應援場對強化粉絲忠誠度之研究－以《IU CONCERT: THE WINNING》電影為例	高○璘	江○紓	張○娟		
11543	創造我推的聲音: AI Cover 歌曲作為文化中介物的粉絲詮釋與情感互動研究——以 Bilibili 平台上 AI 安俞真影片為例	鄭○珈				
11544	全媒體時代下民俗爭議的媒介建構轉化: 從「神豬」到「米豬」的敘事框架研究	徐○怡				
11545	《長安二十四計》中的官僚形象與權力敘事再現研究	張○				
11546	經典文本的媒介轉譯和敘事重構:《紅樓夢》愛情範式在《甄嬛傳》中的解構與賦義	李○靜	王○佳			
11547	電商平台ESG知覺對消費者忠誠度之影響: 品牌印象、知覺品質與知覺風險之中介效果及世代差異	陳○仲	鄭○授			
11548	數智時代電影研究範式的批判性重構: AI輔助電影實證研究的契機與困境	盛○婕				
11549	深媒介化下的制度再現: 大學圖書館「導入AI」話語的論述分析	蘇○綸				
11550	CARSLAN 品牌傳播策略	黃○○草	劉○瑞			
11551	chatbot對越南客服產業之影響	趙○○瓊	邱○瑄			
11552	從擬真到信任: AI虛擬新聞主播之感知特質、信任機制與媒體永續策略	黃○庭	蔡○童	楊○秀	李○玲	
11553	生成式AI購物之價值共創: 互動品質、信任與消費者忠誠度	楊○秀	郭○伶			
11554	從球場到新職涯: 台灣退役籃球運動員的專業延伸與跨域轉型	楊○秀	陳○亞			
11555	AI驅動下的全媒體傳播轉型與永續發展理論分析	張○東				
11556	花蓮馬太鞍堰塞湖事件之網路輿情分析	林○瑾	杜○聰			