



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

目 次

口頭發表論文	P1
壁報發表論文	P8



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

~ 口頭發表論文 ~

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
1	張宏源	後賈伯斯與庫克領導風格與專業之差異性－檢視「狂笑曲線理論」概念
2	余庆华	明星报道也需弘扬社会正能量
3	李慧蘋	經濟成長衰退間 是否影響台灣選民政治參與度與政府信任度
4	林慧羚	《3D 立體動畫魔幻世界》技術報告 ~以〈畫中女〉故事為例
5	李贞芳、姚晴、 孙志祥	社交媒体上的问题解决动机与传播行为：一个基于问题解决的情景理论的视角
6	陳奕融	道聽「圖」說－部落格之新美食神話
7	高宪春、解葳	新媒介融合語境下的新聞呈現與規避研究
8	張蓉君	聯合報系跨業轉型經營 UDN 電視台產製模式分析
9	高盈瑩	女性時尚美妝網站整合行銷傳播模式應用---以 Fashion guide 網站為例
10	方之光、黃碧 雲、張元傑、許 薔	中國智慧型手機使用者對 QR Code 應用於行動商務之接受度調查研究
11	邢雁冰	在台陸生跨文化適應之接續研究——以世新大學在冊陸生為例
12	林恩平、許碧芳	應用德菲法及層級分析法建構整合行銷傳播公司業務經理人評選模式
13	黃惠英	氣候變遷與新聞挑戰：檢視主流媒介的科學敘事與環境主
14	杨玲	媒介融合視域下的出版企業動態能力構建與培育機制研究



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
15	汪廷諤	台灣選民及政黨對新傳播科技的使用之觀察
16	張瑋璐	消費者認知封閉需求對開放式廣告態度影響之研究
17	程明、薛海霞	超程沟通——自主信息传播时代的广告传播策略
18	朱修寬	媒體在 WBC 棒球旋風中所扮演的角色為何？ —以蘋果日報為例
19	謝欣佑	探討虛實交織的消費決策模式之關鍵因素
20	費之絹	臺灣當代攝影雜誌內容分析研究
21	陳柏安	探討網路偵探對新聞真實建構的可能路徑
22	何妍嬉	台灣族群對於國家認同與政黨認同之關聯
23	何宥嬋	微電影劇場理論對閱聽眾體驗價值影響-以客家委員會為例
24	倪銘均	「族群認同」、「宗教信仰」與總統候選人支持度之關聯
25	劉依萍、方之光	應用隱喻抽取技術發展整合行銷傳播策略-以微型商店手工餅乾為例
26	張伊汶	品牌自我一致性對品牌依附、品牌忠誠度之影響研究
27	朱宜量	在地化行銷商品的視覺語藝溝通效果研究：以星巴克大陸城市隨行杯為例
28	李柏勁	談話性新聞節目綜藝化的閱聽眾接收分析
29	林宇玲	非主流新聞室的性別政治：以「小世界」大文山社區報為例
30	林志儒	社會運動的新時代武器：臉書—以「太陽花學運」為例
31	林莉君	“胡公信仰”仪式音乐与传播生态：浙江省中部山区的一项个案研究
32	許碧芳、涂韋智	建立傳統產業商品進入電子商務市場之決策模式 - 以台灣傳統茶業為例



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
33	王炜	自媒体的公共文化服务模式创新研究——以自媒体“新闻传播学研”为例
34	簡玉婷、蘇建州	電視節目粉絲頁經營之研究-以食尚玩家為例
35	陳品皓	網路使用、公民參與，和政治效能感之關聯性研究
36	陳宏	反陸生健保論述之幻想主題分析——以《自由時報》讀者投書為例
37	陳怡澄	以資源基礎觀點探討線上 KTV 之策略聯盟
38	陳明珠	裸身與再現_從 2007 年天體新聞事件看裸體性化的媒體凝視
39	黃經瑤	網路廣告與體驗活動效果之研究-以全家便利商店「小小店長體驗營」為例
40	侯冠州、徐葳倫	政策議題的認知與溝通：以多元成家草案為例
41	許碧芳、戴育芳	微型文創產業企業成長模式-瓶頸與成功的關鍵因素研究
42	林思平	八卦文化與網絡個人主義
43	王曄婷	太陽花學運下，電視記者的勞動與組織控制 -以民視為例
44	賴仕哲	影片節奏對於眼球運動及時間知覺的影響
45	金麟	英雄、動員與控制：中國災難新聞中的情緒論述
46	王国凤	中国形象的话语研究
47	吕梦露、李梦雨	试论“微新闻”传播形态引发的传播问题
48	孔令信	國內數位匯流與媒體整合的迷思—從四大報業集團搶攻即時新聞來檢視
49	孔家榆、許碧芳	設計服務公司評選模式之建立與應用
50	戴哲	新媒介与新生代农民工的关系研究
51	林志儒	運動閱聽眾的多重媒體平台使用經驗——以批踢踢 NBA 板「LIVE 文」為例
52	潘聖文	新媒體浪潮催生消費者的改變是否影響品牌在選擇



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
		代言人上的差異？以 NIKE 慢跑鞋為例
53	王矜凡	非營利組織行銷「閱讀推廣」產品之比較—以天下雜誌教育基金會與台灣閱讀文化基金會為例
54	盧穎儀、林富美	互動、共創與虛實整合—獨立音樂 StreetVoice 品牌營銷模式分析
55	羅慧雯	數位匯流下傳統媒體影音新聞發展策略與創新
56	謝金文	移动互联网时代的传统媒体生存发展空间
57	范晏萍	環境議題新聞報導論述分析—以 2013 台灣廢核大遊行為例
58	鄒庭皓	模糊程度與消費者主觀理解程度對開放式廣告及品牌態度影響之研究
59	金琛	新媒体技术环境下，公民的自媒体新闻实践与消费研究
60	鐘玟晴	國防部危機傳播策略與媒體效能之研究—以洪仲丘事件為例
61	陳品君	大學生對線上另類媒體新聞報導的態度與行為之研究
62	陳諭慶	即時通訊行動廣告豐富度對消費者知覺品質之研究—以 LINE APP 7-ELEVEN 官方帳號為例
63	蔡厚瑄	狂犬病新聞報導之媒體恐懼訴求研究
64	史志超	论影视广告中语调和态势语言的运用
65	楊于潔	從使用者觀點探討數位影音平台之服務品質
66	李明哲	對「互動文本」進行模組化教學的理論探討：從敘事理論出發
67	劉宣如	产业广告 —— 一种新的广告传播形态
68	牛盼强	三网融合对中国数字内容产业发展的影响研究
69	連淑錦	臺灣主流報紙再現女性外籍配偶之刻板形象分析
70	韓綱、王秀丽	台湾媒体中的“中国制造”：关于中国大陆产品—国



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
		家形象的新闻框架研究
71	黃靖芬	探討企業型基金會從事社會公益之現象-以比爾與美琳達•蓋茨基金會為例
72	于婷婷、窦光华	90后大学生智能手机依赖与生活方式嬗变
73	吴佳玲	基于买家评价视角的网络减肥产品有效性分析
74	卓以立	軍事專題報導內容變遷之研究—以「國防線上」(1972年~2014年)為例
75	武文娟、张小茜	社交媒体平台推特与微博的监管异同
76	张小茜、武文娟	案例分析：奥地利公益媒体——以街头报纸 Apropos 为例
77	劉永皓	汽車的速度、公路敘述與愛情行旅—分析王家衛的《跟蹤》(The Follow, 2001)
78	張智凱	靈性領導對組織績效之影響
79	戴易芯	探討多螢趨勢下收視率調查法之因應對策：以尼爾森為例
80	李欣人、李莎	新媒体环境下何以大行其道：美国社区报传播理念的反思
81	楊欣茹	兩岸框架下的《小時代》—電影娛樂新聞框架初探
82	窦光华	网络零售机构品牌构建策略研究
83	詹子君、郭麗惠	I Want You：檢視中國素人選秀節目的模仿同形現象
84	談和、文蕾	數據新聞：大數據時代新聞報導方式的演變
85	陈德金	网络舆论对政府行政决策影响的实证研究 --基于宁波与福州两市比较
86	陈映	公共利益以的重新定义：数字浪潮下西方传播政策的价值重构
87	顏芮羚、吳曼蓁	年輕族群對新聞 APP 閱讀效能與介面設計因素偏好研究 -以每日新聞為例
88	张秀敏	网络传播视域下青年亚文化探析



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
89	陳靖霖	台灣電影產業製片制度研究
90	陳承泰	分析台菲「廣大興 28 號」事件於《中央通訊社》與《菲律賓通訊社》之報導比較
91	刘畅	全媒体时代上海数字内容产业发展研究
92	周厚君	演藝人員形象修護策略之語藝分析—以藝人 Makiyo 毆人事件為例
93	廖國喬	網路社會運動與媒體再現-以洪仲丘白衫軍事件為例
94	文娟	官民对立”背后的精神黑洞——以近年来的一些微博事件为例
95	方敏瑄	綜藝節目父親形象的再現文本分析研究-以中國版《爸爸去哪兒》為例
96	曹昂	作为支持工具的新媒体健康传播——新生儿母亲与祖母关于母婴健康问题的博弈
97	李楓菲	旅行直播：微博上的陸客自由行之敘事分析
98	楊雨丹、黃思瑤	网络女性营销的语言策略——以“淘宝体”为例
99	盧佳柔	論網際網路的著作權保護：以公民新聞平台 Peopo 為例
100	陳澤美	從公共新聞學之社區實踐談公眾自我賦權經驗
101	陳玟靜	網路廣告影片的多模態話語分析-以 2012 年 LV 品牌形象廣告《LV/MJ: Olivier Zahm Diary》為例
102	陳際勇	跨國音樂娛樂企業的創新策略之評析
103	林敬翎、胡幼偉	兩個女人的戰爭，還是地方人脈的拚場？鄭麗文與何欣純的立委競選傳播策略研究
104	徐也翔、夏春祥	有線電視與 OTT：一種新興趨勢之研究。
105	劉依萍、邱亞康、方之光、覃崇耀	以時間管理工具探討偶像劇之產製流程
106	涂韋智、張瓊羽	創業資源整合平台之建置



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
107	王麟琴、陳志鴻	探討數位電子雜誌產製之時間管理
108	周英亮、邱亞康、方之光、覃崇耀	由專案管理角度探討電影產製流程：以《賽德克巴萊》為例
109	夏丞鈞、何詠藍	電影策展流程之探討
110	覃崇耀、邱亞康、方之光	數位匯流產製流程管理課程經驗分享
111	董鴻英	樞紐型大媒體：互聯網環境下媒體定義與角色的新思考
112	陈青文、张国良	大陆新媒体使用与素养调查报告
113	謝旭洲、蕭湘文	台灣健康傳播網站類型與內容分析
114	高偉倫	從可口可樂的國際廣告中，探討越境者的符號及意識型態建構
115	張宏源	後賈伯斯與庫克領導風格與專業之差異性－檢視「狂笑曲線理論」概念
116	余庆华	明星报道也需弘扬社会正能量
117	李慧蘋	經濟成長衰退間 是否影響台灣選民政治參與度與政府信任度
118	林慧羚	《3D 立體動畫魔幻世界》技術報告 ~以〈畫中女〉故事為例
119	李贞芳、姚晴、孙志祥	社交媒体上的问题解决动机与传播行为：一个基于问题解决的情景理论的视角

註：此序號僅為統計之用。



2014海峽兩岸數位匯流下的 新聞與傳播學術研討會

暨 第十屆傳播管理發展與趨勢學術研討會
2014新聞的政治、文化與科技學術研討會

~ 壁報發表論文 ~

序號	作者姓名 (網路報名)	論文篇名
1	林志儒	新生活美學 一家電廣告中所蘊含的女性及消費意義
2	史志超	从“妈妈再打我一次”的 UGC 看俄国形式主义
3	吴佳玲	国家“严打”对网络文学的影响
4	潘聖文	一個分享的世代：代言人的選擇是否影響消費者的分享行為_以 NIKE 為例
5	許碧芳、謝明樺	台灣休閒旅館綠色品牌評選模式之建立

註：此序號僅為統計之用。