

科技部人文社會科學研究中心

補助國內學術研討會成果報告

一、 議程 (須含研討會名稱、會議主協辦單位等資訊)

台灣行銷科學學會第十八屆年度學術研討會
【數位時代下的廣告溝通策略】

- 研討會日期：2021 年 12 月 4 日 (星期六)11:00-17:30
- 研討會地點：臺灣大學管理學院一號館 B01 室
- 主辦單位：國立臺灣大學國際企業學系暨研究所、
國立臺灣大學全球品牌與行銷研究中心、台灣行銷科學學會
- 協辦單位：科技部人文社會科學研究中心、前程文化事業有限公司

時 間	議 程	內 容	
11:00~12:50	報到及午餐時間 (B01)		
12:50~13:00	開幕式 (B01)	主辦單位致歡迎詞	
13:00~13:30	【專題演講】 是親家？還是冤家？ — 聯合品牌的迷思	【主講人】 任立中教授 台灣行銷科學學會理事長 臺灣大學全球品牌與行銷研究 中心主任	
13:30~13:50	【專題演講】 數位時代下的廣告溝通策略	【主講人】 駱少康教授 中國文化大學行銷所所長	
13:50~14:00	休息時間		
14:00~15:30 場次 A	論文名稱	發表人	主持兼評論人
	民眾使用高鐵進行國內旅遊意願之研究	蕭至惠 張簡琬庭	陳厚銘 教授
	探討稀缺性對消費者購買意願與認知失調之影響—以從眾效應為中介效果	鄭淑勻、陳亭希 廖姿宣、吳亭瑩 毛詩庭、劉育誠	

	疫情影響下干擾消費者健身 意圖之因素研究	盧彥丞、黃琬婷	
15:30~15:40	休息時間		
15:40~17:10 場次 B	論文名稱	發表人	主持兼評論人
	環境社會治理(ESG)品牌辨識、2022 永續發展生命友善認知(SDG14,15)和綠色採購消費行為之關聯影響研究	林瑞發、李宛珊 青木香橙	蕭至惠 教授
	企業社會責任對消費者滿意度之影響：以涉入為干擾變數	林彩梅、劉靜瑜	
	Exploring Supply-Demand Relationship on Supply Chain Network: Evidence of Taiwan's Semiconductor Industry	王國鳳、黃健兒	
17:10~17:30	閉幕式 (B01)	理事長謝幕致詞/大合照	

*每篇論文可運用時間為 30 分鐘：作者簡報 15 分鐘；評論 10 分鐘；Q&A 5 分鐘。

台灣行銷科學學會第十八屆年度學術研討會

【數位時代下的廣告溝通策略】

- 研討會日期：2021 年 12 月 4 日 (星期六) 11:00-17:30
- 研討會地點：臺灣大學管理學院一號館 103 室
- 主辦單位：國立臺灣大學國際企業學系暨研究所、
國立臺灣大學全球品牌與行銷研究中心、台灣行銷科學學會
- 協辦單位：科技部人文社會科學研究中心、前程文化事業有限公司

時 間	議 程	內 容	
11:00~12:50	報到及午餐時間 (B01)		
12:50~13:00	開幕式 (B01)	主辦單位致歡迎詞	
13:00~13:30	【專題演講】 是親家？還是冤家？ — 聯合品牌的迷思	【主講人】 任立中教授 台灣行銷科學學會理事長 臺灣大學全球品牌與行銷研究 中心主任	
13:30~13:50	【專題演講】 數位時代下的廣告溝通策略	【主講人】 駱少康教授 中國文化大學行銷所所長	
13:50~14:00	休息時間		
14:00~15:30 場次 C	論文名稱	發表人	主持兼 評論人
	農會導入行動科技之決策評估 模式	周建亨、施光訓 謝建達	駱少康 教授
	應用 DEMATEL 探討數位轉型 之數位文化核心因素：以文化 創意產業為例	謝家祥	
策略即興與敏捷行銷之探討： M 公司電競筆電案例	陳俊丞、吳學良		
15:30~15:40	休息時間		
15:40~17:10	論文名稱	發表人	主持兼 評論人

場次 D	網紅行銷對資訊採用的影響研究 —以資訊有用性和擬社會互動效果為中介及以媒體豐富度為干擾	張瑛珺	周建亨教授
	消費者偏好基礎之品牌鑑價法探討	王國梅、任立中	
	便利商店展店之行銷策略研究	陳祐祥、許乃瑛 曹慧華、王尚文	
17:10~ 17:30	閉幕式 (B01)	理事長謝幕致詞/大合照	

二、 經費執行率

請填妥以下欄位，如經費執行率未達百分之九十，請另以文字詳述原因
核定金額【40,000】元
會議實際使用金額【40,000】元
經費執行率【100】% (會議實際使用金額 ÷ 核定金額 = 經費執行率)
未達執行率百分之九十原因：

三、 預期效益達成狀況

請勾選以下欄位，並另以文字詳述達成狀況及其原因
<input type="checkbox"/> 全部達成 <input type="checkbox"/> 部分達成 <input checked="" type="checkbox"/> 全部未達成
※預期效益請依原送審之申請件所述內容進行評估
1.藉由舉辦行銷學術研討會，以有效提升國內行銷學術研究水準，並積極培育企業行銷研究發展所需之專業人才。
2.各行銷領域之學者，透過學術研討會交流，提升行銷領域之發展性。
3.經由學術交流擴大各校學術活動參與之空間，並提昇正面之學術形象。

四、 辦理情形及參與狀況（須含參與人數）

台灣行銷科學學會自 2004 年起每年定期與臺灣大學國企系聯合舉辦「TIMS 年度學術研討會」，期許能激發國內學者研究動能及教學相長。近期由於疫情之關係，大幅改變消費者之消費習慣，值得注意的是，除了傳統電商平台之外，台灣消費者透過社群平台購物的比例也大幅成長。若能掌握這些消費趨勢的轉變，業者將可快速應變及強化差異，善用數位工具為產品找到精準的目標群眾。本次即以「數位時代下的廣告溝通策略」為大會主題，特邀請國立臺灣大學全球品牌與行銷研究中心任立中主任及中國文化大學行銷所駱少康所長進行專題演講分享，期盼透過多方的交流能對學術界、企業界引進新理論、新觀念、新經營策略之發展。

本次「台灣行銷科學學會第十八屆年度學術研討會—數位時代下的廣告溝通策略」邀請 12 位博士級以上之學者，分為 4 個場次進行論文發表，交流最新行銷議題，加強各校間行銷知識的交流。

與會總人數為 102 人，分別來自中國文化大學、國立臺灣大學、世新大學、南臺科技大學、致理科技大學、國立屏東科技大學、國立清華大學、國立嘉義大學、國立臺中科技大學、國防大學、醒吾科技大學、靜宜大學、嶺東科技大學、台北市立大學、台北科技大學、長榮大學、輔仁大學、景文科技大學、華夏科技大學等 19 所大專院校之老師及學生，於會中及休息時間皆進行多次知識交流，提昇行銷能量。

五、活動照片（須含各論文發表場次現場照片）

任立中教授專題演講



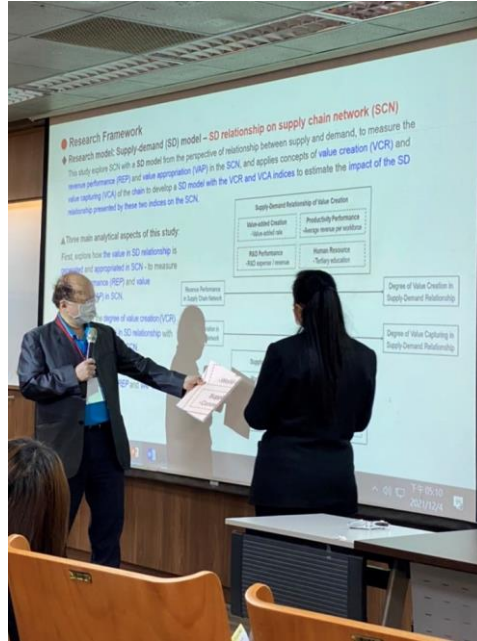
駱少康教授專題演講



A場次黃琬婷助理教授發表



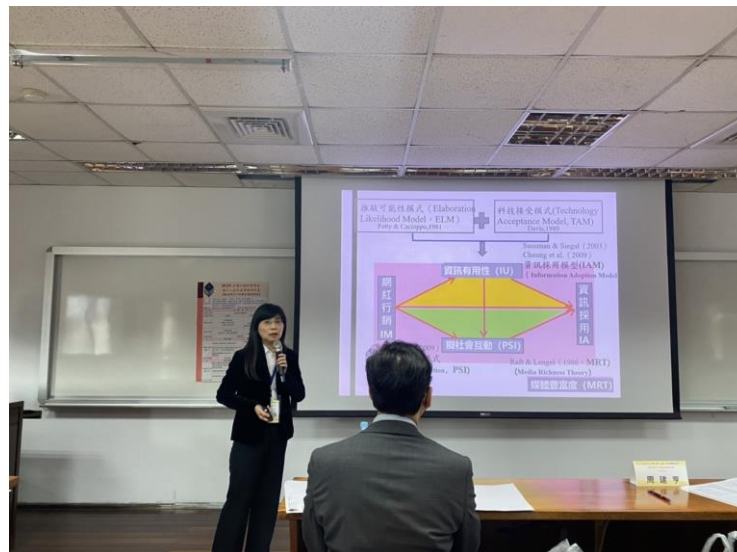
B 場次 王國梅 博士生發表



C 場次 陳俊丞 博士生發表



D 場次 張瑛珺 助理教授發表



B
場
次
蕭
至
惠
老
師
頒
發
發
表
證
明



C
場
次
駱
少
康
教
授
講
評



大
合
照

