致理科技大學　行銷與流通管理系

高等教育深耕計畫
Higher Education Sprout Project

學生實務專題競賽

115學年度第19屆

小論文組

11.27

星期五

09:30–16:30

綜合教學大樓

8樓國際會議廳



活動議程

時間	流程／組別	專題名稱
09:30–09:45	報到	
09:45–10:00	主任致詞	
10:00–10:15	第 01 組	越南咖啡在台灣市場之消費者購買行為研究
10:15–10:30	第 02 組	社會支持對中高齡者生活型態、生活滿意度與幸福感關係之研究
10:30–10:45	第 03 組	廣告有共鳴、消費者就會買單嗎?社群話題廣告、品牌形象與忠誠度分析
10:45–11:00	第 04 組	諧音梗廣告對品牌態度的影響-以Coco都可為例
11:00–11:15	第 05 組	中高齡者對輔具租借現況與需求分析
11:15–11:30	第 06 組	一聲求救，全島出動! 線上親社會行為研究_以Threads為例
11:30–11:45	第 07 組	探討限量行銷手法對 Z 世代消費者錯失恐懼與購買意圖之關係
11:45–12:00	第 08 組	航空行銷體驗搭乘意願影響之研究-以星宇航空為例
12:00–13:00	休息時間	
13:00–13:15	第 09 組	跨界聯名的魅力與極限-探討聯名效益與聯名疲勞
13:15–13:30	第 10 組	推活心理感與願付溢價之研究：探討情感價值、社會價值、社群歸屬之中介影響
13:30–13:45	第 11 組	『食』在好便宜：大學生愛吃 7-ELEVEN『i珍食』之購買意願探討
13:45–14:00	第 12 組	影響使用者使用 AI 伴侶付費意願之研究
14:00–14:15	第 13 組	蝦皮 Instagram Reels 行銷對品牌認知、品牌態度與購買意圖之影響：臺灣與越南市場的跨文化比較
14:15–14:30	第 14 組	社群媒體個人化推薦對大專院校學生衝動購買意願之影響
14:30–14:45	第 15 組	《大學生短影音使用習慣與睡眠品質關聯之研究》
14:45–15:00	第 16 組	以S-O-R理論，探討無人服飾店之情境設計與空間體驗對顧客情緒與衝動購買行為的影響
15:00–15:15	第 17 組	影響新型態低烘健康果醬購買意願之研究
15:15–15:30	第 18 組	我的心事，誰來接住？電子樹洞與自我揭露行為研究—以Threads為例
15:30–16:00	休息時間	
16:00–16:30	評審講評與頒獎	