

2022 年世新大學新聞傳播學院公共關係暨廣告學系
「共存·復甦-再造公關廣告與媒體新思維」學術研討會
《徵稿啟事與投稿須知》

一、主題說明

新型冠狀病毒 COVID-19 疫情雖反覆延燒重創全球經濟，卻也正向驅動產業轉型升級搶攻最佳商機的時間點。在與病毒共存經濟的後疫時代，本研討會希冀從大趨勢與微趨勢（MicroTrend）中，透過產、官、學界的共同參與，以公關、廣告與媒體角度進行跨領域的對話，藉由學術研究及實務分享與交流，探討如何與病毒、全球劇變環境共生共存，發展出多元應用策略及反映疫情的創新思維，復甦商機再創美好光景。

二、研討會資訊

1. 日期：2022 年 5 月 6 日(五)
2. 地點：世新大學管理學院 2 樓國際會議廳及 M202 會議室(台北市文山區木柵路一段 111 號)
3. 聯絡資訊：世新大學公共關係暨廣告學系(02)2236-8225 轉 83222

三、徵稿對象

本次研討會歡迎對此主題有興趣之專家、學者及學生踴躍投稿，期盼透過相互對話與經驗的交流，以協助公關及廣告產業開創新思維。

四、徵稿子題

針對台灣公關廣告與媒體發展分成以下七個子題，對外公開徵稿：

1. 子題一：公共關係與溝通
2. 子題二：廣告傳播與效果
3. 子題三：數位驅動
4. 子題四：社群行銷與行銷科技
5. 子題五：品牌傳播與行銷
6. 子題六：文化創意與視覺傳播
7. 其他：綜跨上述子題或公關與廣告相關主題之論文

五、投稿說明

對外公開徵稿，分成「社會組」和「學生組」。社會組歡迎大專院校老師、社會賢達投稿；學生組歡迎各大專院校學生踴躍投稿。投稿以「摘要投稿」，摘要投稿字數 500-1000 字，最後全文論文字數在 15,000 字以內。審稿作業採匿名

方式審查，若投稿踴躍且品質優良，入選之論文無法全數安排至口頭發表時，其餘入圍者則以壁報方式發表，入選者將發予投稿證明。

本次研討會自即日起辦理論文徵稿，審稿作業採取「摘要審查」

1. 請投稿者於 2022 年 2 月 11 日（五）前繳交「基本資料與論文摘要表(詳附件)」。
2. 審查後暫定 2022 年 3 月 1 日（二）公布摘要審查結果於本系網頁，並通知投稿者。
3. 通過審稿者請於 2022 年 4 月 6 日（三）前繳交全文，發表場次則另函通知。

論文投稿採 E-mail 至主辦單位信箱 shuprad@gmail.com，無須郵寄紙本，論文摘要檔名請以「子題○—論文名稱」命名；信件主旨請註明「共存·復甦-再造公關廣告與媒體新思維學術研討會—論文名稱」。主辦單位將於收到信件後將盡速以 E-mail 回信確認。

1. 文件資料不全或不符資格者，不予受理。
2. 摘要與全文格式內容請採用「APA 第六版」之書寫格式。或請參考《中華傳播學刊》論文體例（下載處：<http://cjctaiwan.org/word/959212021.pdf>）。
3. 若發現有違反申請規定或學術論理等情事，本會得拒絕受理申請。

六、辦理單位

世新大學新聞傳播學院-公共關係暨廣告學系

七、其他

1. 主辦單位擁有刊載論文內容於主辦單位相關之印刷品、網頁或光碟之權利，刊載時將依學術論文慣例註明作者與出處。
2. 論文中凡涉及版權部分，請事先取得原著者或出版社書面同意。本活動主辦單位不負版權責任。
3. 依學術慣例，所有稿件不得在任何研討會、期刊發表或接受審查中。