

銘傳大學新媒體暨傳播管理學系 碩士畢業作品製作實施辦法

2016年3月修訂版

第一條 實施目的

為配合新媒體暨傳播管理學系碩士班（以下簡稱本所）畢業學位論文之要求，使學生能藉由作品製作，整合所學專業知識及技能，並將學習成果具體呈現，特制定本實施辦法。

第二條、作品或實務論文撰寫原則

- 一、實務作品主題、範圍須以傳播學術與實務相關。
- 二、實務技術報告或創作作品須附書面報告，且須依學術論文基本格式呈現。其內容比照論文格式交代其創作動機、概念、目標、問題、架構、方法、製作過程、並評估得失、改進方式且附上作品光碟或隨身碟等，須以三萬字為下限，且必須打字印刷並裝訂妥當。
- 三、實務作品須在已有的基礎上呈現自己研究的創見與成果。
- 四、實務作品以個人製作為主。

第三條、作品或實務論文撰寫進度及相關規定

- 一、實務作品的類型論文概分為四大類：整合行銷類、影音影片類、深入報導類、數位媒體類。碩士班或在職專班一年級研究生，應於公告時間內選定指導教授、研究方向及題目等。指導教授以院內專任副教授或具博士學位以上教師為原則，指導老師研究領域及專長一覽表請見本所公佈欄。
- 二、撰寫過程中、研究生須與指導教授保持密切聯繫，定期（時間由指導教授自行規定）討論。作品或實務技術報告內容或呈現方式由研究生與指導教授討論確定後，依照進度進行修改、定稿與發表。
- 三、論文進度：與學術論文一樣，按所方所規定的流程進行。

第四條 實務作品製作內容

（一） 整合行銷類實務作品寫作基本規範：

整合行銷作品須涵蓋企劃面與執行面，書面報告須包含以下相關要點：

- (1) 行銷策略
- (2) 市場環境分析：(a) 企業分析；(b) 產品/服務分析；(c) 消費者分析；(d) 競爭者分析；(e) SWOT 分析。
- (3) 行銷/廣告/公關目標。
- (4) 區隔化、鎖定目標市場與定位。
- (5) 整合行銷傳播策略(IMC)。
- (6) 活動企劃與執行。
- (7) 預算編列。
- (8) 效益評估。
- (9) 網站設計與建置
- (10) APP 設計與建置
- (11) SEO 經營：流量報告
- (12) FB 粉絲頁經營：粉絲相關報告

(二) 影音影片類實務作品寫作基本規範：

- 一、 影音影片實務作品製作包括：紀錄片、劇情片、微電影、廣告片等。
- 二、 書面報告須包含以下要點：
 - (1) 創作主題。
 - (2) 腳本內容。
 - (3) 分鏡表說明。
 - (4) 演員與工作人員表。
 - (5) 作品影碟。

(三) 深入報導類實務作品寫作基本規範：

- 一、 與指導教授商討，確立報導（調查）主題；
- 二、 進行資料蒐集；
- 三、 確定採訪對象；
- 四、 進行系列訪談（調查），訪談人數以 15 人為下限；
- 五、 整理訪談文稿或調查數據；
- 六、 撰寫報導（調查）內容；
- 七、 報導發表後形成論文文本；
- 八、 彙整文本做為論文分析對象；
- 九、 依學術論文格式寫深入報導論文；
- 十、 與指導授進行討論與修改、定稿後提報所方申請口試發表。

(四) 數位媒體類實務作品寫作基本規範：

- 一、 本系網頁經營與架設與動畫製作管理二類作品以個人方式進行。

1. 網頁經營與架設必須包含企劃與執行：

- (1) 經營目的
- (2) 經營企畫與規畫
- (3) 經營環境評估
- (4) 預算編定與效益評估
- (5) 工作時程規畫
- (6) 網站設計與建置
- (7) APP 設計與建置
- (8) SEO 經營：流量報告
- (9) FB 粉絲頁經營：粉絲相關報告
- (10) LBS 系統規畫與建置

2. 動畫製作必須包含以下要點，劇本與製作：

- (1) 劇本撰寫
- (2) 角色設計
- (3) 可行性分析
- (4) 預算編定與效益評估
- (5) 工作時程規畫
- (6) 動畫製作

碩士實務作品須以個人獨力完成為原則，若實務作品製作內容須引用到非原創性內容時，須尊重原著作者智慧財產權之權益並取得原著作者之授權書或使用同意書。

第六條 本辦法經本系系務會議通過後公布實施，修正時亦同。