

檔號：PMD0206
保存年限：5

國立科學工藝博物館 函

地址：80765高雄市三民區九如一路720號
承辦人：顏上晴
電話：07-3800089#5206
電子信箱：sanching@mail.nstm.gov.tw

代行
行爲

擬辦：

受文者：國立暨南國際大學

一、將來文上傳本校公文系統，
公告週知。

教授兼
研發長 林佑昇

發文日期：中華民國103年8月19日

發文字號：館藏字第10360603383號

二、文陳閱後存。

速別：普通件

專員 王淑娟

教授兼
研發長 林佑昇

密等及解密條件或保密期限：

教授兼
研發長 施君興

附件：簡章(60603383A0C_ATTCH2.PDF, 共1個電子檔案)

主旨：檢送本館與國立臺南藝術大學等單位合辦之「博物館很好玩！2014博物館行銷國際學術研討會」簡章乙份，詳如附件，請惠予公告，並轉知所屬相關系所，請查照。

說明：

- 一、本研討會訂於103年10月2至3日於本館舉行，就博物館行銷相關議題進行研討，內容包括邀請國內、外專家學者進行多場專題演講，以及近50篇論文發表。
- 二、報名資訊請參閱本簡章或本研討會網站（網址：<http://museum-marketing-conference.nstm.gov.tw>）。
- 三、聯絡人：報名與繳費相關事項：蔡佳容小姐（國立科學工藝博物館），07-3800089-5209，roni@mail.nstm.gov.tw；研討會其他事項：曾信傑助理教授（國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所），0972851300，tzens@mail.tnnua.edu.tw；顏上晴副研究員（國立科學工藝博物館），07-3800089-5206，sanching@mail.nstm.gov.tw。
- 四、全程參與者，給與12小時終身學習時數。

正本：大葉大學、大漢技術學院、中華大學、中華學校財團法人中華科技大學、仁德醫護管理專科學校、光宇學校財團法人元培醫事科技大學、元智大學、文藻學校財團法人文藻外語大學、世新大學、正修科技大學、永達技術學院、廣亞學

研究發展處



103年8月19日 登收文總字第 1030010364 號





裝

訂



線

校財團法人育達科技大學、明志科技大學、長庚大學、南華大學、建國科技大學、真理大學、馬偕醫護管理專科學校、高雄市立空中大學、高雄醫學大學、國立中山大學、國立中央大學、國立中正大學、國立中興大學、國立交通大學、國立成功大學、國立宜蘭大學、國立東華大學、國立空中大學、國立虎尾科技大學、國立屏東科技大學、國立政治大學、國立高雄大學、國立高雄師範大學、國立高雄海洋科技大學、國立高雄第一科技大學、國立清華大學、國立陽明大學、國立雲林科技大學、國立勤益科技大學、國立嘉義大學、國立彰化師範大學、國立暨南國際大學、國立臺中科技大學、國立臺中教育大學、國立臺北大學、國立臺北科技大學、國立臺北教育大學、國立臺北護理健康大學、國立臺東大學、國立臺東專科學校、國立臺南大學、國立臺南藝術大學、國立臺灣大學、國立臺灣科技大學、國立臺灣師範大學、國立臺灣海洋大學、國立臺灣藝術大學、國立臺灣體育運動大學、國立臺北藝術大學、國立體育大學、朝陽科技大學、華夏學校財團法人華夏科技大學、華梵大學、慈濟學校財團法人慈濟技術學院、萬能學校財團法人萬能科技大學、義守大學、實踐大學、臺北市立大學、輔英科技大學、遠東科技大學、銘傳大學、龍華科技大學、國立高雄餐旅大學、國立高雄應用科技大學、國立臺南護理專科學校、國立澎湖科技大學、崇右技術學院、崑山科技大學、康寧醫護暨管理專科學校、淡江大學、健行學校財團法人健行科技大學、蘭陽技術學院、景文科技大學、慈惠醫護管理專科學校、慈濟學校財團法人慈濟大學、僑光科技大學、嘉藥學校財團法人嘉南藥理大學、臺北醫學大學、台南家專學校財團法人台南應用科技大學、輔仁大學學校財團法人輔仁大學、德明財經科技大學、黎明技術學院、樹人醫護管理專科學校、樹德科技大學、興國管理學院、亞太學校財團法人亞太創意技術學院、靜宜大學、環球學校財團法人環球科技大學、中國文化大學、佛光大學、逢甲大學、中原大學、台北海洋技術學院、德霖技術學院、吳鳳學校財團法人吳鳳科技大學、東南科技大學、中州學校財團法人中州科技大學、東方學校財團法人東方設計學院、康寧大學、亞東技術學院、桃園創新科技學校財團法人桃園創新技術學院、中國醫藥大學、大華學校財團法人大華科技大學、中臺科技大學、長榮大學、中山醫學大學、明新科技大學、玄奘大學、中華醫事科技大學、美和學校財團法人美和科技大學、東吳大學、致理技術學院、和春技術學院、城市學校財團法人臺北城市科技大學、大同技術學院、南榮學校財團法人南榮科技大學、長庚學校財團法人長庚科技大學、國立臺灣戲曲學院、東海大學、大同大學、台灣首府學校財團法人台灣首府大學、耕莘健康管理專科學校、敏惠醫護管理專科學校、高美醫護管理專科學校、南臺科技大學、稻江科技暨管理學院、明道學校財團法人明道大學、國立臺北商業大學、醒吾學校財團法人醒吾科技大學、臺灣觀光學院、經國管理暨健康學院、弘光科技大學、國立金門大學、高鳳數位內容學院、修平學校財團法人修平科技大學、育英醫護管理專科學校、高苑科技大學、聖約翰科技大學、中國科技大學、大仁科技大學、嶺東科技大學、亞洲大學、聖母醫護管理專科學校、崇仁醫護管理



2/9



專科學校、新生醫護管理專科學校、國立新竹教育大學、國立屏東大學、國立
聯合大學、開南大學、法鼓佛教學院、南開科技大學、馬偕醫學院、基督教台
灣浸會神學院

副本：本館蒐藏研究組

103/08/19
11:10:47

裝



線



「博物館很好玩！2014 博物館行銷國際學術研討會」簡章

一、 宗旨

行銷(marketing)自 20 世紀後半開始，逐漸在博物館界嶄露頭角，箇中訣竅就是這門學問可以持續地因應博物館的發展趨勢，並協助博物館走出學術的象牙塔、進入社會大眾的生活。在過去半個世紀中，博物館行銷以達成博物館的使命目標、關照到所服務的觀眾、創造組織營收並結合社會各項資源，達到永續經營的終極目標，因此對於許多歷史悠久的博物館，行銷成為一帖強力的特效藥，讓形象老舊的博物館得以回春，吸引觀眾回籠，並再現新世紀中博物館的春天，例如：達文西密碼(Da Vinci Code)電影的正面效益讓羅浮宮(The Louvre)前的觀眾大排長龍、國立故宮博物院因為開放陸客而門庭若市、倫敦泰德現代館(Tate Modern, London)舉辦特展讓國內外觀眾趨之若鶩、日本國立新美術館因為米其林餐廳主廚的進駐而吸引民眾專程前來用餐，這些現象反映出博物館有很多的可能性，更讓博物館化身為一個好玩的場域，可謂具體地實現了博物館行銷的各種面向。

博物館行銷的出現，始自 1970 年代，有學者開始著眼這個不受重視的領域；之後的 30 年見證各個博物館中行銷專業人員與行銷部門的出現，不但館內管理與研究人員看出行銷的潛力，學術界也開啟一波對於行銷在博物館運用的研究熱潮；至 1990 年代末期，已經有不少博物館行銷的專書出版，提供有志之士參考。進入 21 世紀，隨著外部市場的激烈競爭與政府部門資源的日益減少，博物館行銷提供了一盞結合資源、創造營收與永續經營的明燈，指引公、私立博物館朝向共生共榮的大道邁進。有鑒於此，乃規劃以博物館行銷為主題的國際學術研討會，就此博物館行銷各面向議題與國際及國內博物館社群進行研討與交流。

二、 辦理單位

- (一) 主辦單位：國立科學工藝博物館、國立臺南藝術大學博物館學與古物維護研究所、國立成功大學博物館、正修科技大學藝文處文物修護中心、國立中山大學劇場藝術學系
- (二) 合辦單位：中華民國博物館學會

三、 時間與地點

- (一) 時間：民國 103 年 10 月 2 日 (週四)、10 月 3 日 (週五)，共計 2 天。
- (二) 地點：國立科學工藝博物館南館國際演講廳 (高雄市三民區九如一路 797 號)。

四、 議程

第1天 民國 103 年 10 月 2 日 (週四)	
時間 Time	內容 Content
09:30~10:00	報到 Registration
10:00~10:20	開幕式 Opening
10:20~11:10	專題演講 1 Keynote Speech 1 Dr. Ruth Rentschler 澳洲墨爾本狄肯大學露絲·溫特樂教授 <i>Blockbuster Entertainment: When Disneyland comes to the Museum?</i> 超級特展娛樂化：當迪士尼走入博物館

4/7



11:10~11:30	大會團體留影 Photograph taking		
11:30~12:20	專題演講 2 Keynote Speech 2 黃光男 義守大學講座教授 TBA (題目近期公佈)		
12:20~13:30	午餐 Lunch		
13:30~14:20	專題演講 3 Keynote Speech 3 張譽騰 教授/國立歷史博物館館長 TBA (題目近期公佈)		
14:20~15:20	論文發表 1 Parallel Session 1 【博物館展示與行銷】 楊中信 博物館行銷與策略：展示、教育與宣傳三合一的實驗性展覽—海洋好特展 吳淑華 博物館特展行銷的另一種思考 郭世文 行銷導向的展示更新思維 蘇芳儀 藏品、特展、行銷：以「新心相印~印刷文物」特展探究藏品價值的延伸	論文發表 2 Parallel Session 2 【行銷博物館的教育活動】 賴慶三、彭琪 運用天文科學教育館資源於國小四年級月亮單元教學之研究 黃國恩 當展場成為遊樂場：2013年「夜遊史前館·夜宿玻璃屋」活動的分析及展望 潘美璟 運用教育戲劇策略於博物館環境教育步道解說之實踐：以海科館地景變遷路線為例 蔡海廣 博物館特展教育活動規劃初探：以國立自然科學博物館「歡迎光臨絲綢園」為例	論文發表 3 Parallel Session 2 【博物館行銷與營運】 林之丞、張純菁、曾瑞蓮 博物館志工知覺組織支持對服務導向組織公民行為之影響—以情緒勞務為中介變項 張蓓君、謝榮峰 以高雄美術館的案例反思行銷在公設藝文機構之角色 張瑜倩 什麼是博物館行銷？從英國與臺灣三個國立博物館檢視之 葛子祥 初探引入學習型導覽解說志工以協助觀眾調查與研究之可行性
15:20~15:50	休息/茶敘 Break		
15:50~16:50	論文發表 4 Parallel Session 4 【品牌行銷博物館】 林莉純、張秀娟 科學博物館教育活動品牌建立策略：國立科學工藝博物館之個案經驗 邵湘凱、潘詩茜 運用博物館行銷企業的歷史觀點 鄭春翔 「連作攝影」與博物館圖像行銷：以國立科學工藝博物館為例 曾信傑 博物館姓名學：品牌名稱之變與不變的行銷策略初探	論文發表 5 Parallel Session 5 【行銷與博物館觀眾】 鄭淑文、蔡佳穎 Web2.0 加值運用對社群經營與行銷之影響 盧玟希 深耕博物館的高齡觀眾 鍾如 從非觀眾研究探博物館大學生成觀眾之開發：以二二八國家紀念館為個案研究 蔡立德 不同性別觀眾參觀美術館動機與參觀需求差異之研究：以國立台灣美術館為例	論文發表 6 Parallel Session 6 【行銷創意博物館】 楊凱成、官安妮 戶外博物館日常生活物件的選擇與詮釋：以LWL-Freilichtmuseum Detmold 為例 顏上晴 博物館藏品行銷與社會行銷的整合嘗試：館藏臺灣收音機精選展暨收音機募集活動 黃俊夫 博物館作為文化創意產業平台之可能性探討：以國立故宮博物院及國立科學工藝博物館為例 曾巧文 一起來做客：美濃客家文物館文創商品設計可行性研究

5/7



第 2 天 民國 103 年 10 月 3 日 (週五)

時間	主持人、講題與講者		
09:00~09:50	專題演講 4 Keynote Speech 4 陳訓祥 國立科學工藝博物館館長 <i>行銷科工館，行銷科普教育 Marketing NSTM, Marketing Science Education</i>		
09:50~10:40	專題演講 5 Keynote Speech 5 Maria Pavlou 英國倫敦泰德美術館數位傳播主任 <i>Reaching new Audiences: Awareness, Engagement, Partnerships and Advocacy</i> 開發新觀眾：關注、參與、合作與鼓吹		
10:40~11:00	休息 Break		
11:00~12:00	論文發表 7 Parallel Session 7 【迎接數位行銷的時代】 劉記顯 個人化智慧手機導覽服務系統與新媒體應用實務 吳雅仙、陳宣諭 賞鑒於 Second Life 的博物館，行銷展望於世界 湯秉蓉 農業虛擬博物館行銷概念之研究 林鳳儀 掌中博物館：博物館 APPS 之行銷策略探究	論文發表 8 Parallel Session 8 【社群媒體與博物館行銷】 劉銘欽、姜海 國立海洋生物博物館的網路行銷 浦青青、王啟祥、黃惠婷、林思元、鄭亞萍 博物館臉書粉絲專頁經營成效之探討：以國立科學工藝博物館為例 陳志偉、余曉菁 虛實整合幻化為真——談國立自然科學博物館社群網站營運行銷手法 施怡如 觀光工廠粉絲專頁關係行銷之研究	論文發表 9 Parallel Session 9 【博物館公眾與展示詮釋】 謝佩璇、舒仲瑋、陳俊穎、詹佩穎、劉家仔 博物館群導覽路線規劃個案研究 廖紫均、李政穎 新世紀博物館的觀眾挑戰：以茶香台灣特展評量為例 廖康吾、黃嘉菱、黃鈺惠 文化資產空間之展示策略與觀眾溝通研究：以得忌利士洋行復舊特展為例 鄧欣潔、黃尹珊 博物館觀眾與公眾參與
12:00 ~13:30	午餐 Lunch		
13:30~14:30	專題演講 6 Keynote Speech 6 國外學者 邀請中 (近期公佈)		
14:30~15:00	休息 Break		
15:00~16:30	論文發表 10 Parallel Session 10 【體驗行銷與博物館】 耿鳳英 食破驚天：博物館新體驗與美食行銷策略之探究 范師齊、紀駿傑 呼吸島嶼的氣息，來吧！你將能體驗博物館的生命氣息：以玻里尼西亞文化中心 (PCC) 為例 陳淑菁、吳慶泰、蔡佳容 國立科學工藝博物館社會資源與行銷之結合：以「開放式典藏庫」為主軸探討 吳漢鐘 由互動式體驗行銷修復教	論文發表 11 Parallel Session 11 【博物館行銷與公眾參與】 江淑琳 科學博物館 vs. 科學傳播：探討科學 (技) 博物館促進公眾參與科學的傳播模式 林政瑋、王瀟苙 地方產業文化館的社會資源引介與經營策略探討：以豐原漆藝館為例 陳勇輝 跨域的博物館合作 黃振中、盧昭蓉 有影無-傳統相館物件結合	論文發表 12 Parallel Session 12 【博物館行銷策略】 郭美芳 初探大學博物館與行銷之關係 賴婉婷 博物館行銷傳播策略研究：以臺博館文宣設計為例 江淑芳 林之丞 張秀娟 從消費決策觀點探討博物館活動規劃：以國立科學工藝博物館 2013 年夏令營為例 柯信吉 平面媒體報導上海世博之行銷概念與修辭研究：以《uz



	育	體驗行銷之實務分享：以國立科學工藝博物館開放式典藏庫為例	TRAVEL) 為例
16:30	賦歸 Closing		

註：議程將視情況作小幅調整。

五、 報名相關事項

(一) 報名資格

1. 博物館從業人員
2. 博物館研究人員、學者、研究生與學生
3. 各級博物館主管機關之人員
4. 關心博物館發展者
5. 對本研討會議題有興趣者。

(二) 名額：150 人。依報名且完成繳費之次序錄取。

(三) 報名費用：新台幣 500 元，學生（以學生證為憑）優惠新台幣 200 元。該費用包括研討會之會議資料、兩日研討會中餐、茶敘、研討會期間自由參觀科工館展示廳（不含付費展示廳、付費體驗活動與電影院）。參與者及論文發表人皆應繳交報名費用。

(四) 報名與繳費日期：即日起至 9 月 24 日止。若報名人數超出名額限制，主辦單位得提前停止報名。

(五) 報名方式：至博物館行銷國際學術研討會網站（網址：<http://museum-marketing-conference.nstm.gov.tw>）「報名資訊」點選「我要報名」進入科工館「蒐藏報名系統」以報名與繳費。

(六) 全程參與者，給與 12 小時終身學習時數。

六、 聯絡人

(一) 報名與繳費相關事項：蔡佳容小姐（國立科學工藝博物館），07-3800089-5209，roni@mail.nstm.gov.tw

(二) 研討會其他事項：曾信傑助理教授（國立台南藝術大學博物館學與古物維護研究所），0972851300，tzeng@mail.tnua.edu.tw；顏上晴副研究員（國立科學工藝博物館），07-3800089-5206，sanching@mail.nstm.gov.tw