



賴建都 博士

Chien-Tu jeff Lai, Ph.D.



jefflai@gmail.com



+886-2-82180081



+886-918-340133



台灣新北市新店區溪園路 385 號 7 樓



## 現職

- 世新大學傳播學院專任客座教授(2019 年起)
- 第二批閩江科學傳播學者(2019.08~2022.07)
- 臺灣政治大學廣告學系兼任教授、博導 (1990 年開始任教)
- 臺灣廣告與公關學會理事長 (2014 年起)
- 台北市廣告代理商同業公會總編輯(2019 年起)



## 學歷

Ph. D. in Media Art & Art Education

美國賓夕法尼亞州立大學藝術與設計教育博士(1999~2003)

The Pennsylvania State University, University Park, PA

Advanced Study Program (Media Arts & Sciences)

美國麻省理工學院媒體科技藝術進修研究(1997~1998)

Massachusetts Institute of Technology, Cambridge, MA

Master of Fine Arts

美國猶他大學設計藝術碩士(1987~1989)

The University of Utah, Salt Lake City, Utah

Bachelor of Art

中國文化大學美術學系設計組學士(1980~1984)

Chinese Culture University, Taipei



## 專長

設計教育研究、文化創意產業研究、策略行銷傳播、數位行銷研究、廣告創意研究、城市形象規劃設計、行銷企劃與設計、公共關係、文化創意行銷與設計、品牌行銷、企業與品牌識別設計、視覺傳達設計、設計史理論。



## 授課

設計學方法、研究方法、娛樂傳播產業研究、多媒體廣告創意與製作、文化創意產業研究、政策行銷與媒體公關、簡報實務技巧、傳播敘事、品牌行銷、設計史專題。



## 重要經歷



中國廣告協會學術委員會聘書。



陸委會駐澳門盧代表蒞臨澳門城大設計藝術系訪問。



帶領廣告系教師參與校慶活動繞場典禮。



非凡電視臺專訪，談品牌贊助與行銷。

1. 中國廣告協會學術委員會常務理事(2018年起)
2. 福建工程學院新聞傳播學科帶頭人、教授、博導(2017~2020)
3. 澳門城市大學人文社會學院副院長(2014~2015)
4. 國立政治大學廣告學系暨研究所教授兼系主任、所長、博導(2003~2007、2011~2013)
5. 民視公司節目部諮詢委員(2011~迄今)
6. 非凡電視臺新聞節目諮詢委員(2017~2019)
7. 國家文官學院基礎訓練「公務簡報製作」、「簡報製作」、「公共關係與媒體溝通」教材撰寫召集人(2012~迄今)
8. 行政院衛生署媒體公關專家諮詢小組召集人(2012~2016)
9. 高教評鑒中心傳播與設計領域評鑒委員(2006~迄今)
10. 經濟部商業司品牌商圈計畫總顧問(2006~2015)
11. 臺灣高等教育評鑒中心新聞傳播暨設計學門評鑒委員(2006~迄今)
12. 經濟部商業司提升廣告業計畫諮議委員(2006~2016)
13. 國家文官學院講座，擔任「公共關係與媒體關係」、「簡報技巧與演練」、「顧客導向與為民服務」、「政策行銷」課程(2003~迄今)
14. 地方行政研習中心講座(2003~2018)
15. 行政院公共工程委員會設計、印刷與傳播採購評審委員(2000~迄今)
16. 法務部政風人員訓練班行銷理論講座(2000~2018)
17. 東森得易購顧問團行銷與設計顧問(2003~2008)
18. 國立中正文化中心兩廳院形象顧問(2006~2007)
19. 長庚大學企業管理研究所EMBA班策略行銷與行銷研究講座(2002~2004)
20. 行政院勞委會職訓局廣告設計技能檢定乙級命題委員(2000~2003)
21. 美國 Fulbright 交換學者(1999~2000)

## 獲獎榮譽



閩江科學傳播學者聘書。



指導IMBA學生獲得Hult Prize個案競賽指導教授獎。



多次指導學生獲得廣告節與TAAA廣告提案競賽優勝獎。



獲得設計教育薪傳獎。

1. 福建省科學技術協會頒發閩江科學傳播學者(福建省最高學術頭銜)，聘期 2019 年 7 月~2020 年 7 月。
2. 連續 13 年獲得台灣科技部研究計畫主持人經費，獲得政治大學教師評量研究表現終身免評量並達到特聘教授標準(2016)。
3. 指導政大 IMBA 學生獲得全球最大的個案競賽霍特獎(Hult Prize)，團隊並獲得百萬美金創業基金(2015)。
4. 獲邀擔任《2014 世界設計百科(encyclopedia of design)》亞洲區編輯委員並代表撰寫臺灣設計史(Taiwan design and infostructure) (2014)。
5. 獲得政治大學專書研究出版獎勵二次(2013、2007)。
6. 獲得台灣政治大學資深優良教師獎章二次(服務滿十年、二十年)。
7. 獲得台灣政治大學公共服務獎二次。
8. 台灣國科會甲類研究獎勵。
9. 指導學生多次獲得 4A 廣告創意獎學生組、時報廣告金犢獎之金獎、銀獎。
10. 指導學生多次參與TAA校園提案競賽、校園公關獎提案競賽等，獲得多次名列前茅或優勝成績。
11. 指導學生參加國民健康署菸品容器健康警示圖文征選計畫，獲得二屆銀獎及多位優勝。
12. 指導學生參加多次臺灣廣告節創意小學堂競賽之第一名與優勝之佳績。
13. 指導研究生參加日月光文教基金會環保教室提案競賽第二名(2015)。
14. 指導學生參與經濟部貿易局 RECP 區域經濟創意海報征選競賽金牌獎。
15. 指導碩士生論文「文化創意產業品牌形象之視覺設計與應用研究-以苗栗窯業為例」獲得台灣客委會優秀論文獎。
16. 薪傳設計獎，台灣美術設計協會頒發，2012 年。
17. MDN 國際設計優秀獎，Design Merit Award (1993)
18. 4A Innovation Achievement 創新成就獎





福建工程學院蒼霞學術講座演講。



世界咖啡館 World Café 創意論壇工作坊演講。



玄奘大學研發處邀請，分享學術研究心得。



國家文官學院簡報實務種子講座培訓工作坊。

1. 臺灣廣告創意之創新手法，福州市廣告協會論壇，2017年11月17日，福州市廣告協會主辦。
2. 「行銷通路人工智慧決策系統概念建置 Proposing the Conception of Artificial Intelligence Decision System in Marketing Channel」(Keynote speech)，10<sup>th</sup> PRAD 國際學術論壇、2<sup>nd</sup> PRSC 學術年會暨 4<sup>th</sup> 戰略傳播與公共關係工作坊，2017年10月28日，武漢華中科技大學主辦。
3. 「整合行銷傳播理論研究 Research on Integrated Marketing Communication Theory」(工作坊演講)，10<sup>th</sup> PRAD 國際學術論壇、2<sup>nd</sup> PRSC 學術年會暨 4<sup>th</sup> 戰略傳播與公共關係工作坊，2017年10月29日，武漢華中科技大學主辦。
4. 《戰略行銷傳播的大未來》的蒼霞學術講座暨客座教授聘任儀式，福建工程學院，2017年3月1日。
5. 《戰略行銷傳播的大未來》的學術講座。此次講座由人文與傳播學院戴程副教授主持，2017年2月28日。
6. 「電視節目置入性行銷」眼動儀研究，主辦：玄奘大學傳播學院，分享學術研究心得，2016年12月21日。
7. 香港藝術中心《廣告精英座談會》、《大學校園座談會：新世代廣告創意對話》，港臺經濟文化合作協進會，2016年12月3~4日。
8. 電視節目置入性行銷，文化大學廣告學系邀請演講，2016年11月22日。
9. 世界咖啡館 World Café 創意論壇，TPP 校園宣導，主辦：經濟部貿易局、TPP 辦公室，2016年4~6月。
10. 簡報實務種子講座培訓工作坊，主辦：國家文官學院，2016年3月9日~10日。
11. 「Eye Tracking and Visual Communication」，主辦：玄奘大學研發處，設計學院教師升等系列講座，分享學術研究心得，2014年11月14日。
12. Future Tech，文化產業與設計教育之未來發展論壇，主辦：澳門城市大學、澳門基金會，2014年1月15日。
13. 臺灣廣告教育之現況與發展，國際廣告教育論壇暨廈門大學廣告教育三十周年，主辦：廈門大學，2013年7月25~27日。



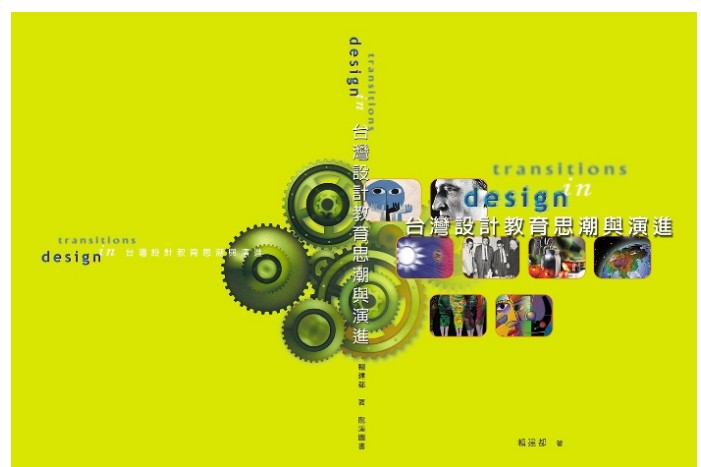
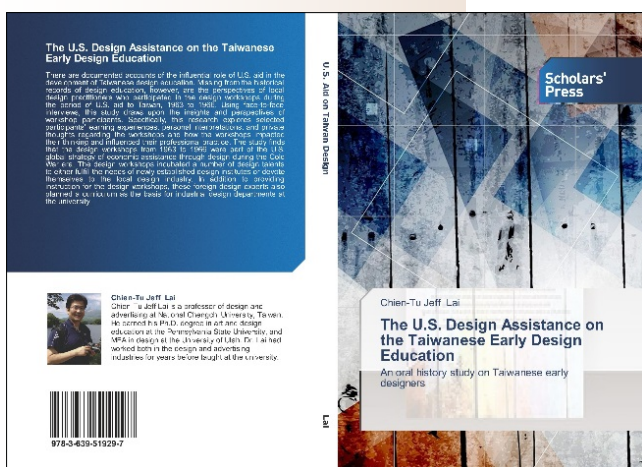
2012 GRAE at the Ohio State University Speech.



指導學生獲得 4A 創意大獎，學生製作感謝卡片。

14. 「企劃創意行銷」，主辦：行政院人事行政局，台中市政府及宜蘭縣政府，2013 年 6 月 15 日。
15. 「政府行銷專題講座」，主辦：經濟部加工出口區管理處中港分處，講題：政府行銷之策略與推廣，2009 年 9 月 23 日。
16. 「2009 國際廣告行銷研討營」，主辦：經濟部商業司，執行單位：中國生產力中心，講題：蛻變中的廣告產業，2009 年 9 月 4 日。
17. The Impact of Foreign Design Experts' Assistance on the Development of Design Education in Taiwan – An Oral History of Design Workshop Participants from 1963 to 1966. 2012 GRAE at the Ohio State University, Columbus, Ohio, Oct. 26~Oct. 28, 2012.
18. 「使用者研究系列研討會 Usability & User Experience!」主辦：臺灣創意設計中心，講題：認識中端使用者—焦點群體訪談，2009 年 8 月 20 日。
19. 「二十一世紀廣告行銷策略與創意設計發展」研討會，主辦：中國文化大學廣告學系(陽明山)，講題：「Information & Innovation，二十一世紀的廣告行銷策略與創意設計發展」，2008 年 05 月 23 日。
20. 2007 年設計教育學術研討會「臺灣設計教育回顧與展望」，主辦：國立臺灣藝術大學視覺傳達設計系(臺北)，講題：「蛻變中的設計產業—臺灣設計服務業的過去、現在與未來發展」，2007 年 11 月 9 日。
21. 「視覺設計因應數位化趨勢研討會」，主辦：玄奘大學視覺傳達設計系(新竹)，講題：「網路時代的廣告創意與行銷策略」，2007 年 11 月 01 日。

1. 簡報與說服溝通，五南出版社，預定 2020 年 11 月出版。
2. 電視節目置入性行銷效果之實證性研究 (ISBN：978-957-732-555-6) (第一版)。2018 年 08 月，台北市，台灣：巨流圖書公司。
3. 《臺灣廣告教育回顧與前瞻》主編，國立政治大學廣告學系出版，2007 年 4 月出版，ISBN 957-9437-67-X。
4. 《臺灣設計教育思潮與演進》，龍溪國際圖書公司，2002 年 3 月出版，ISBN 957-9437-67-X。
5. 《多媒體廣告》，僑委會中華函授學，2001 年 10 月出版。
6. 《網路廣告表現》，龍溪國際圖書公司，1996 年 10 月出版，ISBN 957-99094-4-X
7. 《電子媒介廣告製作》，黎明文化事業，1995 年 12 月出版，ISBN 957-16-0418-6。
8. 《電腦化平面設計》，桑格圖書，1994 年 10 月出版。







1. 人工智慧時代廣告業數位化轉型路徑探討，廣告大觀(理論版)，2020(1), pp. 27~35。
2. 臺灣廣告教育半世紀的成長與蛻變。廣告大觀(理論版)，2019(1), pp. 18~26。
3. 賴建都、黎佩芬(2017)。〈干擾或溝通？線上遊戲廣告置入效果之研究—置入形式、置入地點暨玩家回憶度、偏好度為例〉，《中國廣告學刊》第22集，頁41-58。
4. 美援對臺灣早期設計教育之歷程與影響，《教育研究月刊》235期，2013年11月出版，頁5~18。
5. Transmedia 跨平臺敘事暨行動通訊廣告之創新與變革，《中華民國廣告年鑒》，2012年10月出版。
6. 網路重度使用者對網頁訊息認知與流覽模式之研究—以臺灣購物網站商品訊息呈現為例，《電子商務學報》(TSSCI)，第12卷第3期，出版日期，2011/09，頁517~554。
7. A Study on the Visual Communicative Effectiveness of Graphic Warning Labels on Tobacco Packages in Taiwan, *China Media Research*, Jan., 2011, pp. 1~14.
8. 戶外廣告設立位置差異及影響可見度之研究，《廣告學研究》第三十四集，2010年07月出版，頁1~24。
9. 國產水果品牌形象設計暨行銷推廣之研究，《2009中華印刷科技年報》，2009年03月出版，頁423-440
10. 部落格廣告以代言人表現模式之溝通效果研究，《廣告學研究》第三十集，2008年07月出版，頁1-30
11. 政府宣導廣告之文案測試研究—以國民健康局2004~2006年「鼓勵生育」宣導廣告為例，《廣告學研究》第二十九集，2008年01月出版，頁1-28
12. 文化創意產業品牌形象之設計與應用研究—以苗栗窯業為例，《廣告學研究》第二十四集，2005年01月出版，頁59-88。
13. 苗栗苑裡蘭草文化暨品牌形象設計研究，《廣告學研究》第二十一集，2003年12月出版，頁29-52。
14. 我國視覺傳達設計博士教育之理念與模式—以教育行政組織與效能為研究基礎，《廣告學研究》第十九集，2002年07月出版，頁35-53。
15. 以口述歷史初探民國五〇年代設計教育之研究，《廣告學研究》第十七集，2001年07月，頁149-174。
16. 廣告設計乙級技術士職業證照實施情況之研究，《廣告學研究》第十六集，2001年01月，頁115-136
17. 網路廣告訊息設計之研究，《廣告學研究》第十一集，1998年07月出版，頁19-35

18. 我國電腦設計教育概況分析，《八十五年中華民國廣告年鑒》，臺北市廣告商業同業公會，1996年08月。
19. 如何建立電腦印前設計作業模式，《八十四年中華民國廣告年鑒》，1995年07月。頁165-170。
20. 如何建立印前設計模式，《傳播研究簡訊》第二集，1995年08月。
21. 平面視覺傳播的新趨勢，《廣告學研究》第四集，1994年07月，頁111-124。
22. 廣告影片表現形式分析，《廣告學研究》第一集，1993年01月，頁157-180。



## 會議論文

曾發表過廣告、行銷、設計及健康傳播相關會議論文三十餘篇，近五年之發表論文如下：

1. 行銷通路人工智慧決策系統概念建置，“10th PRAD 國際學術論壇暨 2nd PRSC 學術年會”第四屆戰略傳播與公共關係工作坊 2017年10月27-29.中國武漢。
2. The Study on the Effectiveness of TV Product (Brand) Placement—Varied Programs, Place Tactics and Place Locations, 2016 1<sup>st</sup> PRSC & 9<sup>th</sup> PRAD Conference, Hong Kong Baptist University, Dec. 2~6, 2016.
3. The Impact of Foreign Design Experts' Assistance on the Development of Design Education in Taiwan – An Oral History of Design Workshop Participants from 1963 to 1966, 2012 GRAE at the Ohio State University, Columbus, Ohio, U.S.A., Oct. 30, 2012.
4. A Study of Involvement and Brand Experience of Social Network Game Users on the Advertising Effectiveness of Product Placement, The 18th IAICS International Conference, Chung-Li, Taiwan
5. An Eye-tracking Study of the Impact of Graphic Warnings Labels on Smokers in Taiwan, ICA Health Communication Divisions' preconference at the upcoming ICA meetings in Singapore, Health Communication Campaigns: Issues and Strategies in Asia, Australia and Southeast Asia(Singapore), June, 2010.
6. The Influence of Product Information Display Formats of TV Shopping Networks on Consumer Perception and Information Processing, ETRA 2010.
7. 電視購物畫面文字訊息置入效果之研究，第十七屆中華民國廣告暨公共關係國際學術與實務研討會，國立政治大學，2009年10月。





曾執行過廣告、行銷、設計及健康傳播相關大型研究計畫二十多項，這些計畫分別說明如下：

1. 數位匯流新時代重要平台之不實廣告監控與查察行動，公平交易委員會 2020 年委託計畫，協同主持人，計畫時程 2020/06/01 ~ 2020/11/31，與消費者文教基金會合作執行。
2. 成年吸菸者對菸品包裝上恐懼要求之警示圖文設計效果研究—吸菸者自我揭露、fMRI 大腦情緒反應實驗及眼動視覺軌跡之差異 (I)，計畫主持人，計畫時程 2016/08/01 ~ 2017/07/31，科技部研究計畫 105-2410-H-004 -144 -
3. 「教育部新(數位)媒體平臺計畫二—平臺深耕與推廣」計畫，計畫主持人，計畫時程 2016/6/01 ~ 2016/12/31，教育部委託計畫。
4. 菸品健康警示圖文暨圖庫開發，計畫主持人，計畫時程 2015/9/01 ~ 2016/12/31，國民健康署委託計畫。案號：G1040402
5. 眼動測量與廣告置入效果，計畫主持人，計畫時程 2014/08/01 ~ 2016/07/31，科技部專書撰寫計畫 103-2410-H-004 -189 -MY2
6. 電視節目置入性行銷效果之研究—節目類型、置入手法暨置入位置之影響，計畫主持人，計畫時程 2013/08/01 ~ 2015/07/31，科技部研究計畫 102-2410-H-004-212-MY2
7. 不同性別之社群網路遊戲使用者對遊戲中廣告置入認知之研究—使用者遊戲經驗暨產品涉入度對廣告效果之影響，計畫主持人，2011/08/01 ~ 2013/07/31，科技部研究計畫 100-2410-H-004-207-MY2
8. 菸品警示圖文開發研究案，計畫主持人，計畫時程 2009/1/01 ~ 2010/12/31，衛生署國民健康局委託研究。
9. 線上遊戲廣告訊息置入效果之研究—置入形式、置入地點暨玩家回憶度、偏好度為例，計畫主持人，計畫時程 2009/08/01 ~ 2011/07/31，國科會專題計畫 98-2410-H-004-163-MY2
10. 網路重度使用者對網頁訊息認知與流覽模式之研究—以臺灣購物網站商品訊息呈現為例，計畫主持人，計畫時程 2008/08/01 ~ 2009/07/31，國科會專題計畫 97-2410-H-004-143-
11. 電視畫面訊息置入位置與認知效果之研究—以臺灣電視購物頻道為例，計畫主持人，計畫時程 2007/08/01 ~ 2008/07/31，國科會專題計畫 96-2411-H-004-022-。計畫說明：研究者將探討大量的訊息置入是有助於消費者的理解？還是會造成視覺的干擾？此外，研究者也試圖了解消費者焦點凝視在畫面時間的長短，與其訊息學習認知是否有直接的關聯？換言之消費者在收視電視購物時，其眼球的軌跡動線是否等同於學習認知的過程？
12. 東森購物頻道畫面文字訊息置入效果研究—消費者認知與電視畫

- 面閱讀動向，計畫主持人，計畫時程 2006/03/01~ 2007/05/31，東森購物委託研究。計畫說明：本研究旨在透過科學化的儀器測量研究，正確的瞭解東森會員閱聽購物頻道的視覺動線，透過儀器的測量分析出大多數閱聽會員，在收看節目時對電視畫面的軌跡動線，以方便未來節目制播人員能更有效率的置入行銷訊息。
13. 健康傳播行銷策略之評估研究—以鼓勵生育為例，計畫主持人，計畫時程 2006/03/01 ~ 2006/12/31，衛生署國民健康局委託。計畫說明：臺灣面對少子化的趨勢越來越嚴重，儘管政府投入大筆經費宣導，但效果似乎不彰，本研究從健康傳播的角度，探討如何以整合行銷傳播的概念進行宣導，以獲得較佳的效果。
  14. 國產品牌水果之品牌設計與行銷推廣研究，計畫主持人，計畫時程 2005/08/01 ~ 2006/07/31，國科會專題計畫 94-2411-H-004-018-。計畫說明：為加強國產農產品的競爭優勢及維護我國的農民權益，本研究以知識管理的角度切入，企圖探討我國主要國產水果品牌的消費行為及品牌形象之經營。
  15. 線上遊戲玩家對線上遊戲之虛擬角色造形與場景設計偏好模式之研究，計畫主持人，計畫時程 2004/08/01~2005/07/31，國科會專題研究計畫 93-2411-H-004-035-。計畫說明：本計畫從遊戲消費者的角度著手，探討其對目前受歡迎的遊戲在角色造形與場景設計上有何特殊偏好之處。
  16. 數位內容產品之品牌形象規劃策略與設計研究，計畫主持人，計畫時程 2004/10/01 ~ 2004/11/30，臺灣創意設計中心委託，計畫說明：數位內容產品是政府兩兆雙星計畫重點專案，本研究從品牌的角度切入，檢視國內數位產品該如何進行品牌規劃，以面對未來國際產品的競爭。
  17. 臺灣民眾對有線電視購物頻道喜好模式之研究，計畫主持人，計畫時程 2004/09/01 ~ 2004/11/20，臺灣有線視訊寬頻網路發展協進會委託，計畫說明：隨著虛擬通路的蓬勃發展，電視購物的成長相當驚人，但由於電視購物的表現良模式好壞不一，本研究試圖瞭解那些模式較容易讓消費者接受。
  18. 臺灣藺草編織工藝數位博物館建構計畫，計畫主持人，計畫時程 2004/03/01 ~ 2004/12/31，行政院文化建設委員會委託，計畫說明：本計畫旨在建構臺灣藺草工藝家的虛擬博物館，透過數位化的典藏將其作品、人物介紹與其精湛的編織工藝紀錄下來。
  19. 九二一震災重建區地方產業視覺形象設計計畫—台中大坑柑桔產業視覺形象暨整合行銷規劃建議案，計畫主持人，計畫時程 2002/01/01~2002/08/31，計畫說明：本計畫旨在協助九二一災區產業進行視覺形象與行銷推廣，計畫中選定台中大坑地區的柑桔產業作為輔導對象，從品牌名稱、品牌形象的設計到整合行銷傳播的規劃設計。
  20. 九二一震災重建區地方產業視覺形象設計計畫—苗栗苑裡休閒觀光及藺草文化視覺形象暨整合行銷規劃建議案，計畫主持人，計畫時程 2002/01/01~2002/08/31，計畫說明：本計畫與前一個計

畫類似，旨在協助九二一災區受創產業進行復蘇計畫，計畫中協助苑裡鎮的觀光休閒產業，並為當地藺草編織文化建立視覺形象與行銷推廣。

21. 我國實施廣告設計類技術士職業證照制度成效之研究，計畫主持人，計畫時程 2000/08/01 ~ 2001/07/31，國科會專題研究計畫 89-2411-H-004-036-SSS。計畫說明：本計畫旨在研究廣告設計證照制度的推廣成效，研究中透過專家座談、深度訪談與問卷量化研究，瞭解當前國內推廣廣告設計職業證照的困難並為未來實施方式作具體建議。
22. 我國視覺傳達設計教育之研究—從業人員之態度與觀點，計畫主持人，計畫時程 1998/08/01 ~ 1999/07/31，國科會專題研究計畫 88-2411-H-004-018-。
23. 中央健康保險局建構企業識別系統之「理念識別 (Mind Identity)」研究，協同主持人，計畫時程 87/031/01~88/08/31，行政院衛生署委託研究。計畫說明：中央健保局成立後，由於其企業識別度並不高，本計畫協助其建立理念識別，使健保局各局處建立企業共同使命，進而影響到其所配合的各級醫院與診所。



## 專書篇章

1. 賴建都 (2020 年 11 月)。Marketing in the COVID-19 Crisis, 後疫情時代品牌的重新布局與競爭契機。中華民國廣告年鑑第 32 集 (pp. 18~24)。台北，台灣：台北市廣告商業同業公會。
2. 賴建都 (2019 年 12 月)。瓦解或重生？「數位轉型」下廣告產業的衝擊與挑戰。中華民國廣告年鑑第 31 集 (pp. 18~24)。台北，台灣：台北市廣告商業同業公會。
3. 賴建都、吳秀倫 (2018 年 03 月)。整合行銷傳播理論之創新與發展。中國公共關係學之基礎與應用(下冊) (ISBN: 978-7-5657-2163-2) (下冊, pp. 738~756)。中國，北京：中國傳媒大學出版社。
4. Lai, Chien-Tu (2017). The Transition of Taiwan Design Education, in The Encyclopedia of Asian Design.
5. 賴建都 (2005 年 10 月)。臺灣地區民眾對電視購物頻道認知與喜好度，《數位時代的有線電視經營與管理》，臺北：正中書局，2005 年出版，頁 457~486。