

致理科技大學國際貿易系

國貿實務專題

宗教行銷涉及女性議題
—以台灣常見宗教為例

學生：魯倚辰、葛時全、羅靖凱、黎文算

中華民國一一二年十一月

國貿實務專題研究授權書

本授權書所授權之國貿實務專題研究為魯倚辰、黎文尊、管時全、羅靖凱
共4人，在致理科技大學國際貿易系112學年度第1學期完成國貿實務
專題。

國貿實務專題名稱：宗教行銷涉及女性議題—以台灣常見宗教為例

同意 不同意

本組同學共_____人，皆同意著作財產權之論文全文資料，授予教育部
指定送繳之圖書館及本人畢業學校圖書館，為學術研究之目的以各種方法
重製，或為上述目的再授權他人以各種方法重製，不限地域與時間，惟每
人以一份為限。

上述授權內容均無須訂立讓與及授權契約書。依本授權之發行權為非專屬
性發行權利。依本授權所為之收錄、重製、發行及學術研發利用均為無償。上述
同意與不同意之欄位若未勾選，該組同學皆同意視同授權。

指導教授姓名：(親筆正楷) 李慕真

專題學生簽名：(親筆正楷)

學號：(務必填寫)

魯倚辰

10901136

黎文尊

10901190

管時全

10901121

羅靖凱

10401102

中華民國112年11月3日

誌謝

在專題報告中，一路遇到的風風雨雨，皆是成長的養分。在這當中最感謝的就是指導教授—李慕真老師，他在專題報告的製作上，給予莫大的鼓勵與支持，在專題製作的過程當中，他對於專題的內容，很用心負責地指正當中缺少的地方並提供建議，指導教授給予的肯定與支持，是製作專題的最大動力。他更能使同學了解，在付出當中多閱讀、學習，從失敗與打擊中成長，不論是專題資料蒐集遇到的瓶頸或是論證上的困難，如果能夠在困難中找出方法，剩下都是裝在腦海裡的無形資產，這點是無人能設法剝奪的。

在專題製作過程中，會遇到一些文獻看不懂、理解錯誤的問題，所以在這當中，魯同學特別認真地參與小組討論，無論結果是否順利，他也會設法利用有限的資源與能力完成專題製作，若沒有他積極參與，可能也無法順利通過。

再者，更要感謝否定過我們的人，沒有他們的否定、無人生中最黑暗的時刻，即無法輾轉受到宗教的洗禮與感動，更不能融入宗教的元素，進而探討宗教行銷的有趣與奧義。他們讓我們知道，即便人生再怎麼大起大落，心中有信仰的支持，心中就有如無極明燈一般，不再勢單力薄。雖然挫折很苦，但是俗話說：「不禁一番寒徹骨，焉有梅花撲鼻香。」梅花為我國國花，而我們十分欣賞梅花的氣節，遇到挫折和困難如何調適並身心靈，亦是宗教要帶給人們的課題。

最後要感謝父母時常鼓勵，他們提點專題報告製作秘訣，並不斷安慰不要害怕寫得不好，更以莫非定律為例，提醒越害怕失敗就越會嘗到苦果。他們特別鼓勵，囑咐我們要不畏失敗、勇敢嘗試，受到他們的鼓勵後，深感獲益良多，沒有他們的大力相挺、精神支持，沒有辦法完成專題的製作。

摘要

欲探討宗教行銷之特色、了解神祕宗教背後的行銷故事，以及與各個宗教行銷之特點比較，並舉例說明不同宗教對外推廣的行銷模式，接著再深一層探討社會如何針對宗教的差異性，進而對其產生客製化的行銷推廣，再比較宗教行銷與商業行銷模式的異同。而以往宗教許多文獻總會討論女性身體不潔以及相對男性而言較難修行的議題，因此亦欲進一步探討女性宗教的地位是否相對男性低下？隨著時間發展，女性在宗教中主事的機會仍低於男性？而根據本研究初步觀察，認為女性在參與宗教與對宗教的熱衷度高於男性，女性又為何能打破社會的成見？熱衷宗教活動？而若如此，女性又為了什麼樣的宗教行銷，願意更加虔誠參與宗教？這些皆為本研究所要探討的議題。

目錄

第壹章緒論	1
第一節 研究背景與動機.....	1
第二節 研究目的與問題.....	2
第三節 研究對象與限制.....	3
第四節 研究架構與流程.....	4
第貳章 宗教行銷案例介紹	5
第一節 宗教對社會的行銷.....	5
第二節 社會對宗教的推廣.....	11
第參章 文獻探討	13
第一節 宗教行銷和商業行銷的區別與共同性	13
第二節 宗教行銷對於女性之影響.....	16
第肆章 研究方法	27
第一節 宗教行銷對於女性的影響.....	27
第伍章 資料分析與結果	29

第陸章 研究結論與建議	31
第一節 結語與建議.....	31
第二節 管理實務意涵.....	32
第三節 後續研究之建議.....	33
參考文獻	34

圖目錄

圖 1-1 研究架構圖	4
圖 2-1 一貫道優惠特刊	10

表目錄

表 5-1 研究結果表	29
-------------------	----