

# Marketing'08 錄取名單與初步議程

1. 個別審查結果通知，將會在 9/29 前寄出。
2. 部分稿件因為主題與行銷評論略有出入，因此無法錄取。

## 初步議程

11 月 01 日 (六)

10：30~12：00      A1、B1、C1

13：00~14：30      A2、B2、C2

15：00~16：30      A3、B3、

編號	篇名	場次
610	新產品開發過程中行銷與研發的互動及高階管理者的支持對新產品市場績效之影響	A1
626	創新中介服務平台經營模式研究	A1
629	行動電話服務滿意度、轉換障礙與競爭吸引力影響轉換意願之研究	A1
761	品牌資源特性對品牌權益影響之研究：資源基礎觀點	A1
608	品牌延伸稀釋量表建構之發展	A2
742	以直覺模糊集合為基礎界定顧客滿意度：概念化與衡量方法	A2
707	門診醫療服務品質量表之建構	A2
539	探討社會權力及家庭溝通型態對兒童在家庭購買決策影響力模型之影響—以雲嘉南地區為例	A2
634	以社會影響理論探討其他顧客的惡質行為對目標顧客之影響	A3
673	探討社群意識在虛擬環境下對凝聚力與忠誠度的影響	A3
561	強迫性購買行為之研究—以信用卡使用族群為例	B1
692	多媒體簡訊行動廣告效果之研究	B1
754	探討體驗價值的驅動因子及其對顧客滿意度之影響	B1
662	品牌權益與企業社會責任履行間之關係研究	B2

695	最低價保證策略保證條款特徵對低價保證評價與購買意圖影響之研究：以零售商品品牌知名度為干擾變項	B2
619	體驗行銷對部落格忠誠度之影響	B3
682	熱門甜品之病毒式行銷、消費體驗與幸福感之研究	B3
733	社群網站黏著度理論模式之建構與探討	B3
569	行銷策略、行銷知識管理、行銷能力與市場績效：臺灣廠商之實證研究	C1
620	Strategic Practices by Clicks-and-Bricks and Pure-Play Audio Webcasters	C1
688	中文品牌命名決策的流程與效標：15 個台灣知名品牌之調查	C1
547	選舉行銷策略之前因與對選民投票行為影響之研究—以2006年高雄市市長選舉為例	C2
599	遊客對民宿服務品質與遊憩體驗之關聯性研究：以屏東霧台民宿為例	C2
658	訊息信任度、風險知覺與風險降低偏好度之關聯分析—以台灣禽流感為例	C2

## 壁報論文

壁報論文將刊登於研討會光碟內，摘要將刊登於紙本論文集內。**但壁報論文將不會被期刊接受。**本研討會在現場並不會準備海報牆，因此您不需要準備海報張貼。若您不願意稿件被錄取為壁報論文，請於 2008/10/05 前 e-mail 告訴我們，以便將稿件撤回。

編號	題目
544	理想自我概念與品牌個性之一致性對購買意圖之影響—以產品類別、產品涉入為干擾變項
546	品牌個性與真實自我概念之一致性對購買意圖之影響—以品牌涉入為干擾變項
560	創新擴散研究回顧：科技行銷觀點之創新價值
565	金融業併購後員工期望落差、組織承諾、工作壓力反應與工作績效關係之探討
568	運用部落格於小眾市場之行銷效果初探—以台灣紀錄片為例
574	消費者付款時間偏好之研究
578	Brand Equity Influence on Customer Switching Intention—A Case Study based on Mobile Phone Brand
580	仔仔代言口紅！？—以配適假說探討代言人代言另一性別產品之廣告效果
596	品牌延伸突現屬性、契合度與品牌情感對品牌延伸評價的影響
597	節慶觀光策略規劃與生命週期之研究

601	整合行銷傳播應用於品牌建構之研究－以宏碁(acer)為例
604	善用公共藝術加強行銷都市觀光之探討
606	行銷通路權力下採用不同之衝突解決機制與績效之關係研究-筆記型電腦產業實證
607	品牌策略、品牌權益、通路策略對品牌績效之研究－化妝品產業實證
643	線上服務復原滿意度之迷思
648	燒烤餐廳之選擇與消費價值之關係
672	消費者參與服務之前因與後果之研究
677	規範性、情感性、及持續性承諾對連鎖咖啡店消費者轉換意圖影響之探討
685	電玩遊戲的置入行銷對玩家記憶效果之研究
687	行銷組合變數對市場占有率之動態影響分析-VAR 模型及 DAG 分析之應用
690	多部部落格使用者行為之初探
704	影響主題餐廳再購意願與價格容忍度相關因素之探討
713	電視節目部落格之功能效用分析-以歌唱選秀節目為例
722	感性行銷對公益網路廣告行銷效果影響之研究-以義賣蘭嶼串珠為例
726	博物館電子導覽之科技行銷
731	以資源基礎觀點探討品牌權益之關鍵要素
732	應用顧客獲利性分析於遊覽車顧客行銷
734	應用馬可夫鏈於顧客終身價值之推估
738	應用分析層級程序法建置行銷廣告創新活動危機預警模型
740	授權品牌經營策略之研究-以國內床墊業為例
747	品牌價值主張與權益之關係研究－以服飾品牌體驗行銷為例
748	禽流感知識，知覺風險與消費態度關係之研究
749	兩岸大學生生態購買行為之研究
755	探討品牌延伸績效之前因因子、中介變數所產生之效果

如有問題，請洽董佳宜助理。

TEL: 02-86746311

E-mail: chiayi@mail.ntpu.edu.tw