

2024 行銷研究學術研討會（CMR 2024）

口頭發表議程表

主辦單位：中國文化大學行銷研究所

研討會日期：2024/5/3；研討會地點：中國文化大學 大新館 (台北市延平南路 127 號)

08：10 - 08：40	報到				
08：40 - 08：50	開幕：大新館四樓演講廳				
08：50 – 10：30	Session 1				
	Room 204	Room 205	Room 209	Room 303	B1(A)
	主持人：Dr. 賴明政	主持人：Dr. 劉仲矩	主持人：Dr. 邱于平	主持人：Dr. 周勝武	主持人：Dr. 高登第
	發表人：	發表人：	發表人：	發表人：	發表人：
	204-1-1 許暄均、蔡培軒 以延伸UTAUT-3 模型探討Z 世代消費者使用虛擬試妝之關鍵因素：多屬性決策分析之應用	205-1-1 陳湘宜、陳銘慧、郭定 以計畫行為理論探討個人持續使用環保產品之行為意圖	209-1-1 詹佳縈、彭譯萱 家鄉CEO 與高階經理人薪酬之關聯性	303-1-1 楊忠民 實體零售之回歸—商店形象與衝動性購買關係之探討	B1(A)-1-1 Chia-Ying Chung The Influence of Environmental Awareness and Social Media Influencer on Consumer Purchase Intention Towards Green Fast Moving Consumable Goods
	204-1-2 邱天佑、姜震洲 影響行動支付持續使用因素之研究	205-1-2 Thanh Thuong Nguyen, Tser Yieth Chen A Study of Scarcity Marketing Affects Attitudinal Loyalty and Behavioral Loyalty	209-1-2 許文志、郭素蕙 不同捐贈類型與慈悲心對捐贈意願之影響	303-1-2 鄭明德 電子商務消費者保護綱領研究	B1(A)-1-2 劉仲矩、顏毓華 以Q 方法從顧客觀點探討實體銀行美學認知之研究
	204-1-3 賴春美、鄭欣佩 國小教師工作壓力、休閒調適策略與教學投入關係之探討	205-1-3 賴春美、劉育辰 小學社團對外演、社會支持、學校品牌及家長忠誠度關係之探討	209-1-3 吳泰瑩 消費者對進口雞蛋之知覺品質與購買意願的關聯研究	303-1-3 黃品瑄、邱于平、陳明秀 旅遊vlog 對閱聽眾社會臨場感之影響	B1(A)-1-3 許以琳、周勝武 探討美容業主管領導風格對部屬工作績效之影響
	204-1-4 Tsai-Hsuan Lin, Tser-Yieth Chen How Search Engine Marketing Influences Brand Engagement: Brand Awareness and Brand Image as Intermediate Variable	205-1-4 曹瑛榛、陳銘慧、郭定 探討心理帳戶與物質主義對食物過度消費之影響- 以從眾為干擾變數與中介變數	209-1-4 謝艾芸、陳冠葳 你在看我嗎？根據知覺流暢性理論探討網路迷因元素對廣告效果之影響	303-1-4 Yi-Ling Liu, Pei-Ju Lucy Ting, Yen-Chun Lin How does thinking style influence users' engagement in within-domain compensatory consumption	B1(A)-1-4 魏程萱、黃麗霞 線上產品心得文有無綠色宣稱與使用過程對消費者整體評價影響
	204-1-5 翟晨希、鄭啟均 以計畫行為理論為基礎，探討無包裝商店商品之購買意願	205-1-5 劉子瑜、邱于平、陳明秀 節慶色彩在社群行銷中對消費者購買意願之影響	209-1-5 陳彥呈、郭素蕙 不同價格呈現框架對升級商品購買意願之影響：社會群體之干擾效果	303-1-5 劉仲矩、王思琦 小孩子才做選擇，我全都要！—以Q 方法探討消費者選擇Netflix 之動機	B1(A)-1-5 房漳丞、郭素蕙 音樂歌詞與前庭感官系統對愉悅性與體驗價值之影響
	204-1-6 柯又菲、王譯賢 政府重大政策對公司股價之影響	205-1-6 房沁儀、郭素蕙 勸募議題與勸募訴求對捐贈意願之影響	209-1-6 駱少康、謝清如 電商直播中，主播的自我揭露程度如何影響消費者對該主播的信任以及消費者參與程度對購買該主播產品的意願之影響	303-1-6 Iris Tsai En Kuo, Danny Teng Ti Kao The Effect of Secrecy Effect and Gender Stereotype Instruments in Avoidant Personality and Ad liking	B1(A)-1-6 曾驛鈞、鄭啟均 網路口碑對飼主購買意願之影響
					B1(B)
					主持人：Dr. 劉育芸
					發表人：
					B1(B)-1-1 陳慧婷、陳英琪、王云均、林湘芸、羅雅馨、吳宜珊、張芸禎 遊戲化行銷的體驗價值對品牌擁護之影響 以遊戲態度為中介
					B1(B)-1-2 蔡淑蘭、葉美玉、阮秀娜、周勝武 探討企業組織承諾與員工留任意願之研究
					B1(B)-1-3 黃珮濤、高登第 揭開神秘消費的面紗：幸福敘事廣告及心理控制對神秘消費價值的影響
					B1(B)-1-4 詹佳縈、林沛涵 CEO 捐款與風險承擔之關聯性探討
					B1(B)-1-5 駱少康、陳仲耘 以Kano Model 探討餐飲外送服務需求要素
					B1(B)-1-6 陳縣綉、戴伊岑 寵物交友軟體之使用者體驗與滿意度研究 以寵時光為例

10：30 - 10：40	Coffee Break					
	Session 2					
	Room 204	Room 205	Room 209	Room 303	B1(A)	B1(B)
10：40 – 12：20	主持人：Dr. 黃麗霞	主 持人：Dr. 劉仲矩	主持人：Dr. 邱于平	主持人：Dr. 陳銘慧	主持人：Dr. 高登第	主持人： Dr. 劉育芸
	發表人： 204-2-1 Ya Sin Lo, Danny Teng Ti Kao <i>How Vanity Impacts Advertising Attractiveness? Advertising Appeal and Social Comparison as Moderators</i>	發表人： 205-2-1 葉美玉、蔡淑蘭、阮 秀娜、周勝武 <i>從計畫行為理論探討消費者對 保健食品的消費意願</i>	發表人： 209-2-1 賴明政、黃瑞傑、馬 映佳 <i>以綠色知覺價值為中介變數探 討綠色消費意識與企業ESG 實踐影響消費者國籍航空之 綠色航班搭乘意願</i>	發表人： 303-2-1 彭苡祺、賴明政、黃瑞 傑 <i>激勵制度與不當督導對工作績 效之影響——以情感信任為調節 變數</i>	發表人： B1(A)-2-1 羅啟峰、廖偉杰、 王乙軒、葉牧弦、羅煒、吳 柏叡 <i>銀髮族健身運動相關研究探討</i>	發表人： B1(B)-2-1 柯昀卉、高登第 <i>「噓！秘密地享用餅乾更快 樂！」秘密消費廣告透過心理 佔據對商品評價的影響——以 事前損耗認知資源、分心條 件、商品初始印象為調節變項</i>
	204-2-2 駱少康、呂哲彬 <i>以Kano 二維品質模式探討補 習班服務品質因素與消費者滿 意度的關聯性</i>	205-2-2 林雅萍、高登第 <i>如何透過自媒體經營建立消費 者信任以打造個人品牌——以諮 詢教練為例</i>	209-2-2 林佩蓉、羅芊蒨、唐 永泰 <i>數位時代購物趨勢：社群媒 體、知覺價值與名人效應之 探討</i>	303-2-2 羅晨希、張蓉君 <i>網路輿情分析軟體的行銷功能 與限制：以網紅《金針菇》 OpView 分析為例</i>	B1(A)-2-2 Sean Derrick Dy Tan Ching, Hueiju Yu <i>The Impact of Word-of-Mouth Completeness on Consumer Purchase Intention - The Case of Shopee</i>	B1(B)-2-2 林芸寬 <i>超商剩食之購買動機、綠色消 費態度與行為意圖影響研究</i>
	204-2-3 簡鈺文、邱于平、陳 明秀 <i>初探台灣當代藝術產業之現況 及行銷方式</i>	205-2-3 洪嘉妘、郭素蕙 <i>守財奴與敗家子對產品購買意 願之影響:調節焦點之調節效 果</i>	209-2-3 張孝齊 <i>從社群口碑分析台灣助聽器通 路行銷策略</i>	303-2-3 邱品瑄、高登第 <i>限時商品與限量商品哪個比較 吸引懶惰的我？稀缺性類型與 心理擁有感對懶惰消費者之消 費偏好的影響</i>	B1(A)-2-3 楊恣慧、葉凱莉 <i>裂變行銷用戶分享内容與傳播 動機之探討——以餐飲業之餐館 類為例</i>	B1(B)-2-3 謝艾芸、陳仕泓 <i>消費者希望程度與廣告文案之 建構水平對廣告態度之影響</i>
	204-2-4 賴明政、李慶長、何 品萱 <i>企業領導風格對員工離職意 願之影響以薪資滿意度為 調節變數</i>	205-2-4 郭宛筑、高登第 <i>情感需求對廣告偏好的影響以 隱喻及笑容為調節變項</i>	209-2-4 張世明、林瑋薪 <i>永續包裝是否影響消費者購買 意願之初探——以精油護膚品為 例</i>	303-2-4 陳佳欣、高登第 <i>禮物特色對禮物預期滿意度的 影響——以受禮者自我建構為調 節變數</i>	B1(A)-2-4 駱少康、陳俊錡 <i>音樂與美味的交織：探索不同 音樂元素對餐廳顧客餐點選擇 之影響</i>	B1(B)-2-4 Shen Yuan Yi <i>Analysis of factors influencing the followers behavior of social commerce: From the perspective of an influencer</i>
204-2-5 謝艾芸、周麗容 <i>漫畫、卡通與照片的對決!探 討圖形醫學在醫療業界的行銷 效果與作用</i>	205-2-5 謝艾芸、張琳翎 <i>悄悄偷走你的注意力：從廣告 背景音樂、歌詞、語言角度探 討對誇大廣告文案之說服知識 與態度的影響</i>	209-2-5 陳宣育、蔡培軒 <i>以整合UTAUT-2 模型與多屬 性決策方法探討影響Z 世代聽 眾對Podcast 之使用行為意圖</i>	303-2-5 Aprilia Listiani, Sheng- Wuu Joe <i>Explore Relationship between Customer Satisfaction and Customer Loyalty in Five Star International Hotel Taiwan using PZB Model</i>	B1(A)-2-5 阮秀娜、葉美玉、 蔡淑蘭、周勝武 <i>探討代購服務消費者滿意度與 購買意願之研究</i>	B1(B)-2-5 李家汎、蔡培軒 <i>以延伸 TCV 理論探討 Y 世代 消費者對 NFTs 數位收藏品 購買決策行為意圖之影響:以 多屬性決策方法之應用究</i>	

*每篇發表文章以報告 15 分鐘為限