

檔案號: AUA040403

保存年限: 3



0194-1723

電子公文

教務處

國立中興大學

函

國立中興大學
教務處
張進福秘書長
孫台平

920401

受文者：國立暨南國際大學

速別：最速件

密等及解密條件：

發文日期：中華民國九十二年三月二十八日

發文字號：興社字第0922400009號

附件：研討會相關內容、議程、報名表、位置圖、發文學系清單(240000904.DOC、240000903.DOC、240000905.XLS、240000901.DOC、240000902.DOC、共五個電子檔案)

主旨：本校行銷學系將於民國九十二年四月二十五日(星期五)，舉辦「第一屆全國當代行銷學術研討會」，為了促進行銷相關學術間的交流，敬請踴躍參加。

正本：大同大學、東吳大學、國立政治大學、實踐大學、國立臺北大學、國立臺灣大學、銘傳大學、國立臺灣海洋大學、真理大學、淡江大學、華梵大學、輔仁大學、國立中央大學、中原大學、元智大學、長庚大學、開南管理學院、中華大學、玄奘人文社會學院、國立交通大學、國立清華大學、東海大學、逢甲大學、國立暨南國際大學、大葉大學、國立中興大學、立德管理學院、國立成功大學、興國管理學院、長榮大學、國立中山大學、義守大學、國立中正大學、國立嘉義大學、國立東華大學、國立臺灣科技大學、國立高雄應用科技大學、朝陽科技大學、國立高雄第一科技大學、南臺科技大學、崑山科技大學、樹德科技大學、國立雲林科技大學、龍華科技大學、國立屏東科技大學、明新科技大學

副本：本校行銷學系

機關地址：台中市南區國光路二五〇號
傳真電話：(〇四)二二八七〇九二五
承辦人：李淑女
聯絡電話：(〇四)二二八四〇三九二

- 一、將來文上傳文件公告系統，轉知全校各單位。
- 二、影本送管理學院、國際企業學系參考。
- 三、文陳閱後存。

秘書長
徐朝堂副校長
吳憲組員
宋育

附件一 第一屆全國當代行銷學術研討會

- 一、主辦單位：國立中興大學行銷學系
- 二、協辦單位：中華民國行銷學會
- 三、會議時間：2003 年 4 月 25 日(星期五)
- 四、會議地點：國立中興大學行銷學系(台中市國光路 250 號)
- 五、會議主旨與研討主題

台灣加入 WTO 後，整體的產業環境隨之變化，傳統依靠製造為主的生產導向已經無法跟上全球變化多端的市場狀況，特別在後現代/後福特主義的全球化生產時代，誰掌握了全球行銷通路，誰就可以掌握產品利潤之分配，也因此行銷的研究發展方向與全球化息息相關。隨著國內目前產業結構的改變，企業的經營模式亦產生了大幅的變革，如何促使企業面對激烈的競爭環境時，能有效運用其資源以達到最高效益，是一個非常重要的課題，而行銷在企業全球化經營中，扮演了關鍵性角色，而這也是我國企業在進行全球化過程中最弱之一環。因此，為能提昇企業競爭力，進而增進國家在全球之競爭優勢，行銷研究成為貢獻社會的重要支柱。

本研討會主要內容是針對下列的四大領域，共分成十二個場次加以討論：

1. 國際行銷：國際行銷與文化、國際行銷策略、中小企業全球行銷、市場進入模式與策略等。
2. 消費者研究：品牌偏好、消費型態、廣告認知、消費者行為、消費者決策、廣告研究、社會結構與消費、消費理論研究等。
3. 供應鏈管理：供應鏈管理在產業的應用、通路管理、策略管理、電子商務、第三者物流等。
4. 其他當代行銷領域：非營利組織行銷、藝術行銷、運動行銷、健康行銷、社會行銷與其他行銷的相關主題等。

六、相關問題，請聯絡：

國立中興大學行銷學系

台中市 402 國光路 250 號

電話：(04) 2286 0993 (行銷系辦公室李淑女小姐) 或

(04) 2286 1437 (行銷系主任李宗儒教授)

傳真：(04) 2286 1437

電子信箱：mkting@nchu.edu.tw

網址：<http://www.nchu.edu.tw/~marketing/>

附件二 第一屆全國當代行銷學術研討會議程

時間：九十二年四月二十五日(星期五)

地點：國立中興大學行銷學系

議 程 內 容

地點：國立中興大學行銷學系				
議 程 內 容				
8：30~9：00	報到			
9：00~9：40	開幕式暨貴賓致詞 主持人：李宗儒（國立中興大學行銷學系主任） 1. 校長致詞：顏 聰（國立中興大學） 2. 院長致詞：陳厚銘（國立中興大學社會科學暨管理學院） 3. 貴賓致詞：前行政院經濟部王志刚部長			
學 術 研 討 會				
時間	主持人	發表人	論文題目	評論人
9：40~10：50 (70 分鐘)	場次 1-A 廣告（行銷系館 201 教室）			
	陳得發	張重昭 廖本哲	消費者對比較式廣告中漏失產品屬性資訊之推論行為	孫立群
		李桂秋	台灣地區啤酒電視廣告效果與消費者購買決策之研究	
		楊東霞 邱新華	產品類型、廣告訴求與產品知識對於廣告效果影響之研究	
		王凱 王存國 范錚強	網際網路線上廣告效果研究：結合「上網目的」與「思考可能性模式」的互補觀點	劉原超
		王居卿 何元齡	不同產品類型下不同廣告訴求對消費者態度之影響	
	場次 1-B 農業行銷應用（行銷系館 213 教室）			
	劉健哲	李宗儒 鐘秀欣	農產品電子商務網站及網頁分析與探討--以重建區農業動力為例	李順成
		李孟訓 王丕辰	農會信用部顧客滿意度與經營績效關係之研究	
		黃璋如 黃淑真 陳佩韋	消費者對有機農業博物館設立之偏好研究--聯合分析之應用	
		張惟淑 彭克仲	農民接受創新行為之研究--以微生物肥料為例	梁高榮
		梁明華 莊慶達	供應鏈管理之應用--以虱目魚產業為例	
	場次 1-C 國際行銷（行銷系館 214 教室）			
	陳厚銘	Peter J. Sher Chin-Hsin Lin	Segment-smashing Strategy and Firm Performance	凌善鴻
		方世杰 許英傑 林佳蓁	產銷合一服飾業者國際化之決定因素	
		林瑞斌 余靜佳	汽車業明日之星-日本豐田汽車行銷策略之研究	
		黃慶源 陳啓宏 李柏賢 蔡君哲	中國大陸市場之進入策略研究 --以光陽工業湖南廠光南精機為例	余日新
		龔昶元 賴錫榮	台商在大陸市場行銷通路策略與績效關聯性之研究 --以車輛產業為例	
10：50~11：10	茶敘			

11:10~12:40 (100分鐘)	場次 2-A 購買行為 (行銷系館 201 教室)			
		何京勝 蔡永福	購買涉入、購買動機、網站環境特色對網路生鮮蔬菜購買意願之影響	
		余明助 秦兆璋	製造來源國形象、消費者民族優越感對消費者購買行為之影響--以兩岸都會區消費者為例	
		王淑慧	期望未來價格對消費者購買意願的影響	
		蔡東峻 李奇勳 蔡依達	促銷方式、折扣幅度、商店形象與心理帳面價值對消費者替換購買意願的影響	
		古永嘉 羅元禧 江宗憲	馬可夫鏈蒙地卡羅法在購物籃分析的應用	
		王又鵬 邱亞康	消費者特定滿意度、累積滿意度與再購買意願間關係之研究-歸因理論驗證	
	場次 2-B 供應鏈管理(I) (行銷系館 213 教室)			
	李少如	江勁毅 許志昂 曾國雄	石材業供應鏈管理系統最適規劃之研究	
		周世玉 郭雅婷	供應鏈資訊整合與夥伴關係對企業績效影響之研究	
		陳啓鴻 韓文仁	高科技產業運籌管理績效評估之研究	
		林傑毓 馬正義	影響物流中心發展供應鏈管理策略之通路因素探討	
		丁松茂 朱麗芳	逆物流供應鏈之可修件存貨補充策略探討	
		李泰輝 林君維	供應鏈行銷通路層級架構設計之研究	
	場次 2-C 資料加值應用 (行銷系館 214 教室)			
	梁高榮	李宗儒 吳宗杰 韓耀逸 李展謀	運用資料採礦技術分析價格波動與產銷班使用行銷決策資源系統之關聯研究	
		周世玉 蕭登泰	顧客活動性探討-以網路電話公司資料庫為例	
		許宜愷 謝建良 鄭杏君 朱禹凡	顧客關係管理應用於後現代主義消費行為初探	
		陳盈如 廖述賢	零售業電子型錄行銷之研究	
		陳正義 顏雨青	探究資料庫中首要分級項目	
		方世榮 周文瓊	組織間關係涉入之探討--關係生命週期的干擾效果	
	12:40~13:30 午餐			
13:30~15:10 (100分鐘)	場次 3-A 品牌/產品 (行銷系館 201 教室)			
		黃俊英 李正修 倪嘉鴻	企業品牌定位之研究--以泛亞電信為例	
		翁明祥 賴士杰	產品知識與產品資訊對創新性產品消費行為的影響--以數位相機為例	

		沈永正 吉中行	The Effects of Prepurchase Thinking about Cognition-Focus and Affect-Focus on Judgment Product Value	
		吳文貴	民眾就醫選擇之研究—品牌轉換模型之應用	
		賀力行 邱俊堯	消費者資訊搜尋處理與品牌認同感在品牌延伸策略下對母品牌與延伸產品評價影響之研究	
		黃文君 賴勇成	消費者敏感性、品牌印象和產品屬性對灰色市場產品知覺價格影響之研究	
		劉岳鴻 黃文琪	優酪乳市場區隔與產品定位之研究	
		場次 3-B 供應鏈管理(II) (行銷系館 213 教室)		
	韓復華	何雍慶 呂嘉訓	行銷資源最適化配置模式之研究—以食品業為例	
		徐村和 劉芳怡	運用模糊 AHP 分析商店形象影響因素	
		吳嘉斌 林世磐 朱豔芳	以灰色系統理論改善車輛途程問題之研究	
		黎逸欣 楊能舒	結合模糊理論及車輛途程問題於供應鏈配銷系統	
		胡同來 朱國光 胡育華	行銷通路權力、通路氣候與團結合作之研究 —以台灣 PDA 為產業實証	
		王富恩 朱豔芳 藍筱蘋	長鞭效應在不同需求型態下關鍵影響因素之探討	
		陳郁文 王志桓 林聖哲	以地理資訊系統結合多目標決策模型之研究	
		場次 3-C 關係行銷 (行銷系館 214 教室)		
		黃恒堃 江雨潔	善因行銷對品牌權益及非營利組織形象影響之研究	
		練乃華 高淑嫻	顧客的滿意度與依賴關係對企業的信任--承諾的影響	
		林孟璋 拾己寢 鄭宜青	高雄市本土與日系百貨公司顧客抱怨與抱怨處理方式之比較性研究	
		劉仲矩	行銷人員馬基維利傾向、關係行銷作法與績效表現之相關性研究	
		齊學平	關係行銷對客戶滿意度的影響--以醫院業為例	
		張美香 陳錦樑	提升北區房屋仲介公司服務品質之研究---以新竹市為例	
		王宏仁 藍宏銘	關係=行銷利器？ 以社會資本角度檢視「關係行銷」	
	15:10~15:30	茶敘		
	15:30~17:10 (100 分鐘)	場次 4-A 消費行為 (行銷系館 201 教室)		
		劉祥熹 黃日鈺	有效區隔化之消費者行為關聯規則分析	
		李淑芳	台中地區信用卡消費行為之研究	
		田治平 魯真	兒童在家庭消費中所扮演的角色及其影響	

		林子堯 徐源清 萬鍾汶	不同情境下女性消費者之飲酒偏好	
		廖淑伶 馬友慧	主力商店業種認知與消費者對大型購物中心評估之關聯性探討	
		王仕茹 李揚 蔡湘玫	虛擬零售通路與實體零售通路間的消費者選擇行為：知覺風險與資訊取得觀點	
		劉漢榆 吳冠融	台灣地區網路商店應用顧客關係管理之探討	
	場次 4-B 電子商務（行銷系館 213 教室）			
	陸大榮	廖武正 王琇蓮	電子商務對行銷管理之研究--以電腦產業之實證	
		黃萬傳 謝孟樺	台灣藥局行銷策略比較分析	
		蔡月香 黃湘玲	網路書店與消費者購後行為研究	
		謝尚行 李展謀	以重力模式探討個體選擇入口網站與人口遷移之比較研究	
		鄭聖時	探索行銷在手機特性創新之應用研究	
		耿慶瑞 林宏遠 黃增隆	網際網路互動性對線上服務品質影響之研究	
		李明山	科技新產品行銷策略之研究 以平板電腦為例	
		關復勇 鄭尹惠	資訊技術導入服務利潤供應鍊內部顧客滿意之研究	
	場次 4-C 多元化行銷（行銷系館 214 教室）			
		別蓮蒂 楊國彬 喬友慶	表演藝術消費體驗與消費行為影響因素之探討	
		高明瑞 黃慶源 張偉豪 周偉融	博物館觀眾生活型態與滿意度研究--以國立海洋生物博物館為例	
		鄭明松 王世澤	體驗行銷：模型發展與研究命題	
		彭慶懷	台灣原住民文化行銷、涉入程度與整合行銷傳播對經營策略影響之探討	
		卓信佑	不同品牌認知圖繪製方法之比較與分析	
		李宗儒 陳冠華	大學生舉辦營隊如何成功之探討--以行銷種子研習營為例	
		楊維漢	次文化對青少年服飾購買行為之研究	
	17:10 賦歸			

附件三

第一屆 全國當代行銷學術研討會

報名表

時間：2003 年 04 月 25 日

地點：國立中興大學行銷學系（台中市國光路 250 號）

姓 名			
服務單位		職稱	
聯絡地址			
聯絡電話	(0)		(H)
傳 真		E-mail	
出 席	☐ 參加 ☐ 不參加		
午 餐	☐ 葷食 ☐ 素食 ☐ 不用餐 ☐ 其他_____		

備註：1. 回條請於 04 月 20 日之前，傳真或 e-mail 至研討會籌備委員會

2. 傳真號碼：(04) 22860993 E-mail：mkting@dragon.nchu.edu.tw

3. 聯絡電絡：(04) 22840393 轉 26（行銷學系 李淑女小姐）