

1 線上口碑對消費者購買意圖之影響－網路論壇的實驗研究

陳美如(Mei-Ju Chen)；蔡精育(Ching-Yu Tasi)；宋鎰(Kai Sung)；范錚強(Cheng-Kiang Farn)

線上口碑；聲譽評價機制；網路論壇；線上評論；使用者貢獻內容；購買意圖；Online Word-of-mouth；Reputation Mechanisms；Online forum；Online review；User-Generated Content；Purchase intention

預覽摘要 | 參考文獻(60) | 被引用文獻(1)

 加入追蹤  全文下載

-
- 2 變或不變？使用對立式結構化觀點解釋組織變革的過程和結
劉勇志(Yung-Chih Liou)
資訊系統實施；矛盾／對立；結構化理論；社會分析；企業資源規劃；Implementation；Contradiction/Opposition；Structuration Theory；So Planning
預覽摘要 | 參考文獻(61)
-
- 3 財務報表重編與資金成本
林宗輝(Tzong-Huei Lin)；周玉娟(Yu-Chuan Chou)；戚務君(Wu-Chun
財務報表重編；資金成本；Fama-French三因子模型；accounting rest
French three-factors model
預覽摘要 | 參考文獻(57) | 被引用文獻(1)
-
- 4 初次上市前盈餘管理的資訊內涵
洪振虔(Chen-Chien Hung)
盈餘管理；初次上市股票；雜訊交易；earnings management；initial
預覽摘要 | 參考文獻(47)
-
- 5 消費者行動服務使用意願之研究：跨服務與跨使用者之比較
張愛華(Ai-Hwa Chang)；蕭丞傑(Cheng-Chieh Hsiao)
行動服務；科技接受與使用之統合理論(UTAUT)；服務類型；使用經
service；unified theory of acceptance and use of technology(UTAUT)；
experience；market segmentation
預覽摘要 | 參考文獻(91)
-
- 6 內部行銷、外部行銷對互動行銷與顧客滿意度間關係干擾效
黃銘章(Ming-Chang Huang)；李萍萍(Ping-Ping Lee)
內部行銷；外部行銷；互動行銷；顧客滿意；階層線性模式；Internal
marketing；interactive marketing；customer satisfaction；hierarchica
預覽摘要 | 參考文獻(73)
-
- 7 家族控制與企業社會責任績效之關聯性
黃瓊瑤(Chiung-Yao Huang)；方世榮(Shyh-Rong Fang)；陳育成(Yu-Ci
鑲嵌；資訊揭露透明度；分析師預測；機構投資人；企業社會責任績效
information disclosure；analysts' earnings forecasts；institutional inve
預覽摘要 | 參考文獻(114) | 被引用文獻(2)