





## 第 17 卷 第 1 期之目次

標題	作者	摘要	全文
以效果階層模式探討目的地網站創意對旅遊意願之影響	劉瓊如		
基於決策樹與二元語言模型的網路用語轉譯系統	楊亨利、黃泓彰、林青峰		
品牌-顧客關係、社群成員-其他成員關係對社群公民行為的影響：多重中介效果檢驗	許立群、池文海、林庭好		
Explaining Team Creativity through Team Cognition Theory and Problem Solving based on Input-Mediator-Output Approach	Mei-Hsiang Wang, Tarng-Yao Yang	