

書目匯出 加入追蹤 加入購物車

最新出版/頁次

-
- 1 建構高鐵乘客使用**APP**訂票通關服務之行為模式
陳光華(Kaung-Hwa Chen)；楊政樺(Cheng-Hua Yang)；簡名儀(Ming-Yi Chien)
科技接受模式；行動商務；企業信譽；行動性；應用程式；technology acceptance model；mobile commerce；corporate credibility；mobility；APP
10.6267/JTLS.2015.21(3)1
- 預覽摘要 加入追蹤 全文下載
-
- 2 以尖點劇變模型探討消費者非線性選擇行為模式：渡假區國際觀光旅館為例
童桂馨(Gu-Shin Tung)；黃昱凱(Yu-Kai Huang)；黃惠絹(Hui-Juan Huang)
劇變理論；國際觀光旅館；選擇行為；catastrophe theory；international tourist hotels；choice behavior
10.6267/JTLS.2015.21(3)2
- 預覽摘要 加入追蹤 全文下載
-
- 3 帶點朦朧美：中式婚宴菜餚中度隱喻命名提升吸引力及購買意願
陳建中(Chien-Chung Chen)；林麗華(Li-Hua Lin)
中式婚宴；菜單；隱喻；不一致理論；模糊性；Chinese wedding banquet；menu；metaphor；incongruity theory；ambi
10.6267/JTLS.2015.21(3)3
- 預覽摘要 加入追蹤 全文下載
-
- 4 運動員代言人外表吸引力與運動賽事類型之配適效果－配適假說於運動行銷之探討
蔡佳靜(Chia-Ching Tsai)；郭惠雯(Hui-Wen Kuo)
配適假說；運動員代言人；外表吸引力；代言人可信度；廣告效果；match-up hypothesis；athlete endorsers；physical attractiveness；endorsers' credibility；advertisement effectiveness
10.6267/JTLS.2015.21(3)4
- 預覽摘要 加入追蹤 全文下載

書目匯出 加入追蹤 加入購物車