
2015 銘傳觀光國際研討會 觀光產業與區域發展之思維與策略

2015 MCU Tourism International Conference Thinking and Strategies to Develop Regional Tourism Industries

目錄

CONTENTS

1.	觀光地區居民對觀光發展之態度-以越南空馮為例	蘇文瑜、黃塔風	1
2.	城市品牌概念之探討：以高雄市駁二藝術特區為例	邱志仁、王嘉儀 宋玉美、李欣樺 鄭玲雅、蘇雅琳	21
3.	電影鏡頭下的城市行銷：以《露西》為例	關子絮	45
4.	亞太地區觀光旅遊發展與犯罪之研究-以中國、香港、澳門、台灣、新加坡為例	吳鑒原、余尚恩	59
5.	休閒運動產品代言人之可信度、廣告效果及購買意願之研究	高琦玲、王超群 張佩婷、江敬皓	75
6.	休閒運動場區位、運動依賴行為與休閒效益之研究 -以嘉義市網球運動為例	洪久惠	89
7.	國小教師工作壓力與休閒參與之研究—以新竹縣教師為例	姜佳瑗、林珮君	97
8.	樂齡族旅遊幸福感關係模式之研究	甘唐沖、詹佳莉	115
9.	你所不知道的伊斯蘭世界：觀光•Halal•穆斯林	朱立婷、李文驊 王國欽	129
10.	英國邱園（Kew Gardens）實習觀光經驗	賴榮一、 堀込憲二、郭中端	141
11.	從滬尾偕醫館中探究新博物館的懷舊與空間	張哲豪	159
12.	台灣糕餅文化寶典之研究-以糕餅文化為例	趙于慧	167
13.	探討咖啡專賣店遴選門市外場服務人員評選標準之研究-AHP 法應用	蕭乙珩、許正芳	177

14.	食品類觀光工廠文創意象研究-以幾分甜幸福城堡為例	王麗卿、盧品如	195
15.	幸福 vs. 不幸福。打造感動員工的天堂	蘇振昌、王國欽	207
16.	眷村菜的普及性定義初探-菜單分析、成長環境與食物認同	戎柏宣	219
17.	行政院退輔會三高農場生態旅遊體驗行銷策略之研究	段兆麟、朱慧玲	237
18.	以模糊德爾菲法建構親子友善設施指標之研究	羅健文、杜翊菱	257
19.	農村休閒體驗遊程規劃之研究—以嘉義縣義竹鄉為例	林怡廷、毛冠貴	273
20.	生態旅遊的想像：太魯閣族 utux 與 gaya 故事之研究	朱豪傑、許義忠	283
21.	單獨旅行之住宿考量因素與服務創新初探	姚欣瑩、鄧成連	305
22.	溝通風格影響互動品質與品牌偏好之研究-以餐廳為例	陳昇陽、陳柏蒼	325
23.	選擇寵物民宿之重要因素、滿意度與重遊意願之研究—以攜帶寵物犬旅遊為例	王大明、鍾胡丹	339
24.	從馬斯洛需求理論觀點探討有機產業與消費者關係	鄭傑夫、宋秉明	353
25.	國家森林遊樂區建構服務品質評估模型之研究—以屏東地區為例	段兆麟、陳月鳳	365
26.	從潘諾夫斯基圖像學觀點探討文化景觀保存-以宜蘭市南門林園、酒廠為例	何武璋、吳岳樺	383
27.	文創參與眷村地誌觀光價值的重塑:以中壢馬祖新村為例	蘇意茹	403
28.	競爭、顧客關係與資源之因果模式研究-以旅行社為例	吳胤璋、童桂馨	423
29.	觀光客的文化屬性對於紀念品購買行為探討	林泉源、林琳 呂姿瑩、陳柔茜	445
30.	服務業人格特質之探討	陳宜筠、李晶	461
31.	低碳觀光目的地運具選擇偏好行為之研究-以金門縣烈嶼鄉為例	蔡宗憲、許雅玲	471
32.	傳統運輸產業與觀光結合的轉型與重生—屏東客運個案	陳慧如、林煜婕 紀潔、謝振宇 蔡嘉恆	487
33.	觀光遊輪服務品質評估之研究	陳育瑩、蔣昭弘	501

34.	國中教師自由時間管理、休閒活動參與及幸福感之研究	方彥博、游宜芳	513
35.	遊艇俱樂部潛在會員使用俱樂部服務影響因子研究	林莉萍、曾靖宇 黃筱茜、蕭雅心	529
36.	認知價值、顧客滿意與行為意圖關係之研究：兼論顧客付出的調節作用為案例	宋永坤、曾婉瑜 蘇筱喻、陳淑樺 塗明靜	545
37.	原住民學生展演的深耕與擴展-以玉東國中木工班為例	葉孝玲、林青蓉	557
38.	航空公司不知道的事：地勤運務人員之工作壓力來源	林庭煒、駱婉純	577
39.	勝興車站的保存與活化對當地居民之影響	孫詠晴、陳沛紋 李長斌	593
40.	休閒教育融入國小低年級生活課程之行動研究	翁子芸、李沛溱	613
41.	汽車旅館內部行銷策略與員工留任意願之研究-以台灣汽車旅館櫃檯人員為例	吳武忠、林映彤	633
42.	營收管理概念下國際航空機票價格決定因子之探究	蔡宗憲、李雅茹	649
43.	柔道選手認真休閒特質與其職涯發展關係之研究	陳志瑋、楊文燦	665
44.	資訊平台式 vs 獨立式-餐飲業 App 新去處？	何紀樺	683
45.	消費者對觀光地區伴手禮之涉入程度、知覺價值與購買意願的關係探討-以北埔擂茶為例	林淑惠、李沛溱	693
