

國立屏東大學休閒事業經營學系

林勤豐 簡歷與著作目錄

一、學歷

畢業學校	主修學門系所	學位
國立台灣科技大學	管理研究所企業管理學程	博士
國立台灣科技大學	管理研究所生產管理學程	碩士
國立台灣科技大學	工業管理系	學士

二、經歷

服務機構	服務部門／系所	職稱
現職：國立屏東大學	休閒事業經營學系	教授
經歷：國立屏東大學	副校長室	學術副校長
國立屏東商業技術學院	副校長室	副校長
國立屏東商業技術學院	休閒事業經營系	主任兼所長
國立屏東商業技術學院	圖書館	館長
國立屏東商業技術學院	休閒事業經營系	教授
國立勤益科技大學	企業管理系所	教授
國立勤益技術學院	圖書館	館長
美國賓州州立大學	供應鏈與資訊系統系所	訪問學者
國立勤益技術學院	附設進修學院學生事務組	組長
國立勤益技術學院	附設進修學院生活輔導組	組長
國立勤益技術學院	企業管理系	副教授

三、學術專長領域

教學領域：休閒行銷、統計資料分析、休閒與創意產業調查專論、研究方法、國際行銷、廣告及促銷、行銷研究、網路行銷、消費者決策分析、消費者行為之跨國研究、產業分析與企業診斷、網路行銷、服務業管理、行銷管理、消費者行為、品牌管理、廣告策略管理、企業經營趨勢研究、行銷策略、行銷企畫、人力資源管理、多變量分析、管理數學、作業研究。

研究領域：

- 目前研究：
- 休閒行銷(Leisure Marketing)
 - 方法目的鏈理論(Means-End Chain Theory)
 - 網路休閒(Internet Leisure)
 - 網際網路廣告管理(Advertising Management on World Wide Web)
 - 各種媒體採用與消費者認知連結分析
(Analyzing the Linkages of Mass Media and Consumer Cognitions)、
 - 定性與定量研究法在消費者行為理論的整合、應用與發展
(New Integrated (Quantitative/Qualitative) Methodologies for Understanding Consumer Behavior : Application and Development)。

早期研究：產業政策、健康保險產品、資訊系統、最佳產品組合。

四、學術經歷與研究榮譽

(A) 學術編輯與論文審查工作

- (1). 教育部私立學校諮詢會委員 (民國 108 年)
- (2). 科技部鼓勵技專校院從事實務型研究專案審查委員 (民國 108 年)
- (3). 教育部教學實踐研究計畫審查委員 (民國 108 年)
- (4). 教育部校務評鑑追蹤評鑑委員 (民國 108 年)
- (5). 科技部專題研究計畫審查委員 (民國 108 年)
- (6). 教育部專科以上學校維護教學品質審查委員 (民國 108 年)
- (7). 教育部新南向產學合作國際專班查核委員 (民國 108 年)
- (8). 教育部學術審查委員會教師升等審查委員 (民國 108 年)
- (9). 財團法人高等教育評鑑中心大專校院委託辦理品質保證認可訪視委員 (民國 108 年)
- (10). Tourism Management Journal 論文審查委員 (民國 108 年)
- (11). Electronic Commerce Research and Applications Journal 論文審查委員 (民國 108 年)
- (12). Western Decision Sciences Institute 49th Annual Conference 論文審查委員 (民國 108 年)
- (13). 義守大學觀光餐旅學院課程審查委員 (民國 108 年)
- (14). 致理科技大學教師升等審查委員 (民國 108 年)
- (15). 教育部校務評鑑追蹤評鑑委員 (民國 107 年)
- (16). 教育部專科以上學校維護教學品質審查委員 (民國 107 年)
- (17). 教育部新南向產學合作國際專班查核委員 (民國 107 年)
- (18). 教育部教學實踐研究計畫審查委員 (民國 107 年)
- (19). 科技部大專生專題審查委員 (民國 107 年)
- (20). Service Business (SSCI) 論文審查委員 (民國 107 年)
- (21). Internet Research (SSCI) 論文審查委員 (民國 107 年)
- (22). 國立嘉義大學管理學院碩士在職專班技術報告研討會評論人 (民國 107 年)
- (23). 臺灣教育大學系統論文審查委員 (民國 107 年)

- | | |
|--|------------|
| (24). 義守大學觀光餐旅學院院務發展諮詢委員 | (民國 107 年) |
| (25). 體育學報(TSSCI) 論文審查委員 | (民國 107 年) |
| (26). Data Technologies & Applications (SSCI) 論文審查委員 | (民國 107 年) |
| (27). 育達科技大學校內研究計畫審查委員 | (民國 107 年) |
| (28). 教育部學術審查委員會教師升等審查委員 | (民國 106 年) |
| (29). 義守大學觀光餐旅學院課程審查委員 | (民國 106 年) |
| (30). 朝陽科技大學行銷與流通管理系課程規劃審查委員 | (民國 106 年) |
| (31). Service Business (SSCI) 論文審查委員 | (民國 106 年) |
| (32). Internet Research (SSCI) 論文審查委員 | (民國 106 年) |
| (33). 臺灣教育大學系統論文審查委員 | (民國 106 年) |
| (34). 高雄市東北扶輪社演講：美加旅遊趣事 | (民國 106 年) |
| (35). 國立聯合大學校務評鑑委員 | (民國 106 年) |
| (36). 國立體育大學校務評鑑委員 | (民國 106 年) |
| (37). 台灣評鑑協會演講：資訊公開在校務研究之規劃_國立屏東大學經驗談 | (民國 106 年) |
| (38). 虎尾科技大學演講：校務研究資訊發展_屏東大學的經驗 | (民國 106 年) |
| (39). 科技部大專生專題審查委員 | (民國 106 年) |
| (40). 管理學報論文審查委員 | (民國 106 年) |
| (41). 國立海洋大學教師升等審查委員 | (民國 106 年) |
| (42). 國立勤益科技大學企業管理系學生專題評審委員 | (民國 106 年) |
| (43). 文化大學教師升等審查委員 | (民國 106 年) |
| (44). 義守大學教師升等審查委員 | (民國 106 年) |
| (45). 國立屏東大學管理類學報(NPTU Management Review)總編輯 | (民國 106 年) |
| (46). 教育部校務評鑑委員 | (民國 106 年) |
| (47). 致理科技大學教師升等審查委員 | (民國 106 年) |
| (48). 國立屏東大學管理類學報(NPTU Management Review)總編輯 | (民國 105 年) |
| (49). 臺灣教育大學系統論文審查委員 | (民國 105 年) |
| (50). Service Business (SSCI) 論文審查委員 | (民國 105 年) |
| (51). 致理科技大學教師升等審查委員 | (民國 105 年) |
| (52). 臺灣首府大學教師升等審查委員 | (民國 105 年) |
| (53). 萬能科技大學教師升等審查委員 | (民國 105 年) |
| (54). 科技部大專生專題創作獎審查委員 | (民國 105 年) |
| (55). 科技部大專生專題審查委員 | (民國 105 年) |
| (56). 國立勤益科技大學企業管理系學生專題評審委員 | (民國 105 年) |
| (57). Tourism Management Journal 論文審查委員 | (民國 105 年) |
| (58). 2017 Academy of Marketing Science annual conference 論文審查委員 | (民國 105 年) |
| (59). 2016 The Association for Consumer Research conference 論文審查委員 | (民國 105 年) |
| (60). Service Business (SSCI) 論文審查委員 | (民國 105 年) |
| (61). 科技部專題研究計畫審查委員 | (民國 105 年) |

- (62). 教育部學術審查委員會教師升等審查委員 (民國 105 年)
- (63). 體育學報(TSSCI)論文審查委員 (民國 105 年)
- (64). 科技部大專生專題審查委員 (民國 104 年)
- (65). Service Business (SSCI) 論文審查委員 (民國 104 年)
- (66). Tourism Management Journal 論文審查委員 (民國 104 年)
- (67). Online Information Review 論文審查委員 (民國 104 年)
- (68). 教育部學術審查委員會教師升等審查委員 (民國 104 年)
- (69). 朝陽科技大學碩士班設立審查委員 (民國 104 年)
- (70). 朝陽科技大學課程規劃表審查委員 (民國 104 年)
- (71). 臺灣教育大學系統論文審查委員 (民國 104 年)
- (72). 國立海洋大學教師升等審查委員 (民國 103 年)
- (73). 高雄餐旅大學教師升等審查委員 (民國 103 年)
- (74). 教育部學術審查委員會教師升等審查委員 (民國 103 年)
- (75). Journal of Travel & Tourism Marketing (SSCI)論文審查人 (民國 103 年)
- (76). Service Business (SSCI) 論文審查委員 (民國 103 年)
- (77). Tourism Management Journal 論文審查委員 (民國 103 年)
- (78). 屏東教育大學學報期刊論文審查委員 (民國 103 年)
- (79). 科技部人文處專題研究計畫審查委員 (民國 102 年)
- (80). Service Business (SSCI) 論文審查委員 (民國 102 年)
- (81). Tourism Management Journal 論文審查委員 (民國 102 年)
- (82). 教育部教師升等審查委員 (民國 102 年)
- (83). 世新大學教師升等著作審查委員 (民國 102 年)
- (84). International Journal of Contemporary Hospitality Management(SSCI)論文審查人 (民國 102 年)
- (85). 朝陽科技大學課程規劃表審查委員 (民國 102 年)
- (86). 國立高雄餐旅大學教師升等著作審查委員 (民國 102 年)
- (87). 國立海洋大學教師升等校外審查委員 (民國 102 年)
- (88). 育達商業科技大學校內研究計畫審查委員 (民國 102 年)
- (89). 景文科技大學教師升等著作審查委員 (民國 102 年)
- (90). 2013 Academy of Marketing Science Conference 論文審查人 (民國 102 年)
- (91). 教育部學術審查委員會教師升等審查委員 (民國 101 年)
- (92). Service Business (SSCI) 論文審查委員 (民國 101 年)
- (93). CyberPsychology and Behavior (SSCI)審查委員 (民國 101 年)
- (94). Tourism Management (SSCI)審查委員 (民國 101 年)
- (95). CyberPsychology and Behavior (SSCI)審查委員 (民國 101 年)
- (96). 2012 DSI conference 審查委員 (民國 101 年)
- (97). 國立海洋大學教師升等校外審查委員 (民國 101 年)
- (98). 國立勤益科技大學教師升等校外審查委員 (民國 101 年)
- (99). International Journal of Hospitality Management (SSCI)論文審查人 (民國 101 年)

- (100). CyberPsychology and Behavior (SSCI)論文審查人 (民國101年)
- (101). CyberPsychology and Behavior (SSCI)論文審查人 (民國101年)
- (102). 樹德科技大學企管系校外評鑑委員 (民國100年)
- (103). 育達商業科技大學教師升等校外審查委員 (民國100年)
- (104). Tourism Management (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (105). 10月12日嘉義大學觀光休閒研究所演講：方法目的鏈研究法 (民國100年)
- (106). 04月21日朝陽科技大學行銷系演講：方法目的鏈理論之研究展望 (民國100年)
- (107). METHODOLOGY -European Journal of Research Methods for the Social and Behavioral Sciences (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (108). 2011 American marketing association summer educators conference (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (109). Tourism Management (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (110). Journal of Travel & Tourism Marketing (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (111). The Service Industries Journal (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (112). 電子商務學報(TSSCI) 期刊論文審查委員 (民國100年)
- (113). 「2010年休閒觀光與運動健康實務專題學術研討會」論文發表主持人 (民國100年)
- (114). Scandinavian Journal of Psychology (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (115). 國科會100年(管理學門一、二)專題計畫審查委員 (民國100年)
- (116). Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (117). CyberPsychology and Behavior (SSCI)論文審查人 (民國100年)
- (118). 2011 AMA Summer Marketing Educators Conference 論文審查人(3篇) (民國100年)
- (119). 義守大學觀光系課程審查委員 (民國100年)
- (120). 2011「企業經營與行銷管理學術研討會」論文發表主持人 (民國100年)
- (121). 育達商業科技大學教師升等校外審查委員 (民國100年)
- (122). 東海大學教師升等校外審查委員 (民國100年)
- (123). 義守大學觀光系課程審查委員 (民國100年)
- (124). 靜宜大學觀光系碩士論文口試審查委員 (民國100年)
- (125). Tourism Management (SSCI)論文審查人 (民國99年)
- (126). 國科會99年專題計畫審查委員 (民國99年)
- (127). Journal of Business Ethics (SSCI)論文審查人 (民國99年)
- (128). 休閒觀光與運動健康學報編審委員 (民國99年)
- (129). 「2010年休閒觀光與運動健康實務專題學術研討會」論文發表主持人 (民國99年)
- (130). 「2010年休閒觀光與運動健康實務專題學術研討會」籌備委員 (民國99年)
- (131). 「2010年休閒觀光與運動健康實務專題學術研討會」論文發表評論人 (民國99年)
- (132). 2010 Decision Science Institute Annual Conference 論文審查人 (民國99年)
- (133). CyberPsychology and Behavior (SSCI)論文審查人 (民國99年)
- (134). Scandinavian Journal of Psychology (SSCI)論文審查人 (民國99年)

- (135). Social Behavior and Personality (SSCI)論文審查人 (民國99年)
- (136). 「電子商務學報」(TSSCI Index)論文審查人 (民國99年)
- (137). 「朝陽學報」論文審查人 (民國99年)
- (138). 「朝陽管理評論」論文審查人 (民國99年)
- (139). 樹德科技大學教師升等校外審查委員 (民國99年)
- (140). 2010 觀光休閒文化產業國際化經營與管理研討會論文審查委員 (民國99年)
- (141). 育達商業科技大學校內研究計畫審查委員 (民國99年)
- (142). 國立海洋大學教師升等校外審查委員 (民國99年)
- (143). 國立勤益科技大學教師升等校外審查委員 (民國99年)
- (144). 世新大學教師升等校外審查委員 (民國99年)
- (145). 屏東縣縣政府委託案審查委員 (民國99年)
- (146). 義守大學觀光系課程審查委員 (民國99年)
- (147). Journal of Business Ethics (SSCI)論文審查人 (民國98年)
- (148). Advances in Consumer Research 論文審查人 (民國98年)
- (149). CyberPsychology and Behavior (SSCI)論文審查人 (民國98年)
- (150). The Service Industries Journal (SSCI)論文審查人 (民國98年)
- (151). Social Behavior and Personality (SSCI)論文審查人 (民國98年)
- (152). 國科會98年產學研究專題計畫審查委員 (民國98年)
- (153). African Journal of Business Management (SSCI)論文審查人 (民國98年)
- (154). 國科會98年專題計畫審查委員 (民國98年)
- (155). 「電子商務學報」(TSSCI Index)論文審查人 (民國98年)
- (156). 「中山管理評論」(TSSCI Index)論文審查人 (民國98年)
- (157). 「商略學報」論文審查人 (民國98年)
- (158). 「旅遊管理研究」論文審查人 (民國98年)
- (159). 「朝陽管理評論」論文審查人 (民國98年)
- (160). 名列 2009 Marquis Who's Who in the World 名人錄 (民國97年)
- (161). 國科會97年專題計畫審查委員 (民國97年)
- (162). Tourism Management (SSCI)論文審查人 (民國97年)
- (163). CyberPsychology and Behavior (SSCI)論文審查人 (民國97年)
- (164). Applied Stochastic Models for Business and Industry (SCI Expanded)論文審查人 (民國97年)
- (165). 2008 Decision Science Institute Annual Conference 論文審查人 (民國97年)
- (166). 「朝陽學報」論文審查人 (民國97年)
- (167). 「朝陽管理評論」論文審查人 (民國97年)
- (168). 朝陽科技大學教師升等審查委員 (民國97年)
- (169). 朝陽科技大學增設系所審查委員 (民國97年)
- (170). 名列 2008 Marquis Who's Who in the World 名人錄 (民國97年)
- (171). 2008 Academy of Marketing Science Annual Conference 論文審查人 (民國96年)
- (172). 名列 2007 International Professional of the Year, International Biographical Centre (民國96年)

of Cambridge, England

- (173). 國科會 96 年專題計畫審查委員 (民國 96 年)
- (174). International Journal of Human-Computer Studies (SSCI Index) 論文審查人 (民國 96 年)
- (175). 2007 Academy of Marketing Science Annual Conference 論文審查人 (民國 96 年)
- (176). 「朝陽管理評論」論文審查人 (民國 96 年)
- (177). 名列 2007 Marquis Who's Who in Asia 名人錄 (民國 95 年)
- (178). 國科會 95 年專題計畫審查委員 (民國 95 年)
- (179). 「資訊管理學報」(TSSCI Index)論文審查人 (民國 95 年)
- (180). 「朝陽管理評論」論文審查人 (民國 95 年)
- (181). 「台大管理論叢」(TSSCI Index)論文審查人 (民國 94 年)
- (182). 「資訊管理學報」(TSSCI Index)論文審查人 (民國 94 年)
- (183). 「商管科技季刊」論文審查人 (民國 94 年)
- (184). Senior Advisory Director (2002~
Publishing Journals: (1).*Ethics & Critical Thinking* 2006)
(2).*Insights to a Changing Word*
(3).*The Business Journal for Entrepreneurs*
- (185). 國科會 93 年專題計畫審查委員 (民國 93 年)
- (186). The Advisory Board of Directors of Franklin Publishing Company (1999~
Publishing Journals: (1).*Ethics & Critical Thinking* 2002)
(2).*Insights to a Changing Word*
(3).*The Business Journal for Entrepreneurs*
- (187). 「管理研究學報」審稿人 (民國 90 年)
- (188). ASBE (Association for Small Business & Entrepreneurship, USA) Conference (2002)
2002 Reviewer
- (189). 「商管科技季刊」審稿人 (民國 93 年)
- (190). Memberships
美國賓州州立大學中國人教師聯誼會
AMA (American Marketing Association, USA)
ACR (Association for Consumer Research, USA)
DSI (Decision Science Institute, USA)
AMS (Academy of Marketing Science, USA)
ACME (Association of Collegiate Marketing Educators, USA)
SWAM (Southwest Academy of Management, USA)
SWMA (Southwestern Marketing Association, USA)
ASBE (Association for Small Business & Entrepreneurship, USA)
Literati member (Emerald ManagementFist Expert Exchange, UK)

(B) 學術獎助與榮譽

- (191). 榮獲屏東大學 108 年推動學術研究發展獎補助五萬二千五百元 (民國 108 年 12 月)
- (192). 榮獲屏東大學 107 年推動學術研究發展獎補助三萬元 (民國 107 年 12 月)
- (193). 榮獲科技部獎助出席 2017 年 Academy of Marketing Science Annual Conference (Coronado Island, California, USA) (民國 106 年 5 月)
- Revealing the Young People's Cognitive Structure of Sharing Video Online: An Exploratory Research (MOST 106-2914-I-153 -002 -A1)
- (194). 榮獲國科會 104 年度獎勵特殊優秀人才措施計畫補助 (民國 105 年 3 月)
- (195). 榮獲國科會 103 年度獎勵特殊優秀人才措施計畫補助 (民國 104 年 3 月)
- (196). 榮獲國科會 102 年度獎勵特殊優秀人才措施計畫補助 (民國 103 年 3 月)
- (197). 榮獲國科會 101 年度獎勵特殊優秀人才措施計畫補助 (民國 102 年 3 月)
- (198). 榮獲國科會 100 年度獎勵特殊優秀人才措施計畫補助 (民國 101 年 3 月)
- (199). 榮獲國科會 99 年度獎勵特殊優秀人才措施計畫補助 (民國 100 年 3 月)
- (200). 榮獲教育部「未獲『發展國際一流大學及頂尖研究中心計畫』及『獎勵大學教學卓越計畫』之大學實施特殊優秀人才彈性薪資 150 萬元 (民國 99 年 11 月)
- (201). 2009 Association of Collegiate Marketing Educators Annual Conference: BEST OF TRACK PAPER AWARD WINNERS: *Consumer Behavior and Customer Relationship Management Track* (民國 98 年 2 月)
- Variable Assessment of Product Benefits Using a Means-end Approach
- (202). 2009 Academy of International Business U.S. Southwest Chapter Annual Conference: Runners-Up Distinguished Papers (民國 98 年 2 月)
- Consumer Cognition of Mutual Fund Web Ads: An International Comparison
- (203). 國立屏東商業技術學院九十七年度教師研究成果獎勵五萬一千三百三十三元 建構「內部廣告」、「商品佈置」與「行銷審計」之核心優勢：「方法目的鏈」、「弱聯帶」與「資源基礎觀點」理論之整合分析模式 (民國 97 年 12 月)
- (204). 國立勤益技術學院九十五年度「推動科技研究發展獎勵__科技甲種獎」；獎金：二萬零五百元整 (民國 95 年)
- (205). 榮獲國立勤益技術學院薦送至美國賓州州立大學進行訪問學者工作一年 (民國 92 年 8 月 ~ 93 年 7 月)
- A Visiting Scholar at Department of Supply Chain & Information Systems, The Pennsylvania State University, USA.
- (206). 榮獲國立勤益技術學院推動科技研究發展獎勵「科技論文獎」 (民國 93 年)
- Quality-Delivery System: A Conceptual Framework of Attribute Level-Value Linkages
- (207). 國科會獎助出席 2004 年西南管理協會學術研討會 (美國 Orlando) (民國 93 年)
- Exploring the Penetrative Strategy on SME Segments: A Taiwan Survey
- (208). 榮獲國立勤益技術學院推動科技研究發展獎勵「指導專題論文獎」 (民國 93 年)
- (209). 榮獲國立勤益技術學院推動科技研究發展獎勵「研究論文獎」 (民國 92 年)

四篇論文：獎額合計貳萬元整

- (210). 國科會獎助出席第三十屆美國大學行銷學者學會學術研討會 (美國 Houston) (民國92年)
A Conceptual Model of Web Ad Message Design
- (211). 榮獲國立勤益技術學院專題研究計畫補助六萬元 (民國91年)
行銷研究發展趨勢：訊息、分析與展望
- (212). 國科會獎助出席 2001 年美國行銷科學學術研討年會會議 (美國 San Diego) (民國90年)
MEC Restrictions: Interpretation, Analysis and Solution
- (213). 國科會甲種論文獎助 (民國89年)
Means-End Chains and Cluster Analysis: An Integrated Approach to Improving Marketing Strategy
- (214). 國科會獎助出席第二十七屆美國西南行銷學會學術研討會 (美國 San Antonio) (民國89年)
Integrated Quantitative Methods and Means-End Chains to Establishing Marketing Strategy
- (215). 國科會獎助出席 2000 年美國小型企業與企業主學術研討會 (美國 San Antonio) (民國89年)
Enhancing SME's Competitive Advantage: Using a Complete Set of Industrial Improvement Policies

科技部補助專題計畫：

計畫年度	科技部補助專題研究計畫
108	計畫名稱：影片網站縮圖排序推演模式：消費者對網路影片知覺與相似性之研究 (二年期) 108-2410-H-153 -021 -MY2
106	計畫名稱：旅遊 APP 關係知覺鏈之整合模式 (二年期) 106-2410-H-153 -003 -MY2
103	計畫名稱：探討消費者在利益與知覺風險間的價值滿足：建構方法目的鏈、指派問題與確定性動態規劃整合分析模式 (二年期) 103-2410-H-153 -022 -MY2
100	計畫名稱：整合「方法目的鏈、暈輪效果與平衡理論」之隨機動態規劃連結分析 (三年期) 100-2410-H-251 -005 -MY3

99	計畫名稱：「服務主導邏輯」的行銷倫理知覺缺口：網絡、定位、傳播、整合與創新策略(2)、(3) 99-2410-H-251 -015 -
98	計畫名稱：「服務主導邏輯」的行銷倫理知覺缺口：網絡、定位、傳播、整合與創新策略 98-2410-H-251 -001 -
95	計畫名稱：建構「內部廣告」、「商品佈置」與「行銷審計」之核心優勢：「方法目的鏈」、「弱聯帶」與「資源基礎觀點」理論之整合分析模式（三年期） 95-2416-H-251 -018 -MY3
94	計畫名稱：消費者產品知識整合模式：演繹、分析、邏輯建構與智庫雛形(II) 94-2416-H-167 -001 -
93	計畫名稱：建構「消費價值、消費效用、消費忠誠」為衡量基準之連結概念模式：「搜尋引擎搜尋結果」最佳文字規劃內容與排序方法之實證研究 93-2416-H-167 -002 -
92	計畫名稱：消費者產品知識整合模式：演繹、分析、邏輯建構與智庫雛形 92-2416-H-167 -001 -
91	計畫名稱：網路廣告訊息績效衡量模式：消費知覺與跨國網頁分析之探討 91-2416-H-167 -001 -
90	計畫名稱：探討產品水準、產品類別與網頁廣告訊息之廣告效果：以消費者「屬性-結果-價值鏈」為建構基礎 90-2416-H-167 -005 -

產學合作計畫：

計畫年度	產學合作計畫
107/02/01 至 107/07/31	計畫名稱：健康飲食產銷合一規劃(十萬元)

108/01/01 至 108/09/30	計畫名稱：屏東演藝廳二樓商場營運之商業性評估(九萬五千元)
-----------------------------	-------------------------------

科技部補助大專生專題計畫：

年度	學生姓名	科技部大專生專題補助計畫
108	余品萱	計畫名稱：旅館再行銷廣告再行銷了嗎?論 E 服務場景之知覺區隔規劃內涵
107	陳瑩真	計畫名稱：探討遊客對獼猴觀光的責任知覺與行為意圖：規範激活模式、計畫行為理論與方法目的鏈理論之整合應用
107	傅祥瑞	計畫名稱：虛擬實境有實境效果嗎？論城市觀光虛擬實境廣告之知覺行銷意涵
106	吳季芸	計畫名稱：建構年輕族群之 APP 認知層級：方法目的鏈、Kano 模式與聯合分析之整合應用
105	黃季雯	計畫名稱：探討年輕族群對行動裝置休閒社群網站的知覺轉換內涵
104	廖浣婷	計畫名稱：探討年輕族群對影片分享網站之休閒阻礙與知覺平衡關聯內涵
103	李佳均	計畫名稱：探討老人對郊山休憩資源之知覺需求內涵
103	楊巧愉	計畫名稱：探討郊山野生動物觀光資源的平衡知覺系統內涵：以壽山台灣獼猴為例
102	吳昕芳	計畫名稱：探討品牌個性搭配內涵與其來源國效應之知覺關聯：以國際歌星與其演唱會為例
102	陳欣枚	計畫名稱：應用確定性動態規劃分析法探討主題樂園資源規劃問題
101	莊雅筑	計畫名稱：探討炫耀性住宿商品之知覺特徵與行銷策略內涵
100	林祈宏	計畫名稱：探討服務失誤與補償失誤時之消費者知覺平衡系統內涵
100	陳慧宜	計畫名稱：博物館紀念品規劃：以消費者認知與文物涉入為分析基礎
99	吳采芯	計畫名稱：旅遊景點依戀：深層記憶的知覺分析

98	許毓芸	計畫名稱：網站功能屬性與遊客知覺偏好：城市旅遊網站之建構內容
98	鄭雲	計畫名稱：探討國家旅遊資訊網站之建構內容：以 Kano 模式、方法目的鏈與品質機能展開模式為分析基礎
95	劉秀芳	計畫名稱：探討逆行銷對「不實廣告」的社會行銷規劃內涵：以消費心理變數為分析基礎
94	許惠淳	計畫名稱：免費下載行為之初探：消費倫理、知覺與服務品質所衍生之廣告策略研究
92	林育櫻	計畫名稱：消費者與行銷人員之「屬性水準－價值」連結知覺差異分析研究：以「意外傷害保險」產品為例
91	曹華真	計畫名稱：投資商品在網路廣告之消費知覺連結分析與比較：以「共同基金」產品為例
90	陳珮真	計畫名稱：國內行銷研究之發展：以行銷學派為分類探討基礎
89	吳尚美	計畫名稱：「方法目的鏈」研究法在健康保險產品上之探討與應用
88	陳秀雲	計畫名稱：成人健康檢查的最佳產品組合研究

(C) 指導學生獲獎

- (216). 指導專題生余品萱、游欣語、高以真、劉育君、胡珮菁榮獲【2019 行觀盃全 (民國 108 年) 國大專生專題競賽】觀光專題組金獎(獎學金新台幣一萬元整)
- (217). 指導專題生蘇韋心、陳妙盈、楊祖穎榮獲【2019 行觀盃全國大專生專題競賽】行銷專題組金獎(獎學金新台幣一萬元整) (民國 108 年)
- (218). 指導研究生紀祖欣榮獲 2019 年臺灣教育大學系統第五屆優良博碩士學位論文獎優良獎項(獎學金新台幣壹萬元整) (民國 108 年)
- (219). 指導研究生闕于鈞榮獲 2019 年臺灣教育大學系統第五屆優良博碩士學位論文獎佳作獎項(獎學金新台幣伍仟元整) (民國 108 年)
- (220). 指導專題生傅祥瑞、林俊利、杜振陽、許惠雯、曾沛楨榮獲【2019 年運動休閒與餐旅管理國際學術研討會系列活動:全國大專校院運動休閒與餐旅管理專題競賽】佳作(獎學金新台幣伍仟元整) (民國 108 年)
- (221). 指導研究生闕于鈞榮獲 2018 年休閒產業與運動健康學術研討會優秀海報論文獎 (民國 107 年)
- (222). 指導研究生紀祖欣榮獲 2018 年休閒產業與運動健康學術研討會優秀海報論文獎 (民國 107 年)
- (223). 指導研究生楊巧愉榮獲【22nd Asia Pacific DSI Conference】Best Student Research Paper (民國 106 年)

- (224). 指導專題生紀祖欣、張芷瑄 黃季雯、邱雅筑、郭宇薇榮獲【2017年運動休閒與餐旅管理國際學術研討會系列活動:全國大專校院運動休閒與餐旅管理專題競賽】第三名(獎學金新台幣伍仟元整) (民國106年)
- (225). 指導專題生陳欣枚、吳昕芳榮獲【2014全國資訊設計應用與觀光運動休閒實務專題競賽】休閒事業組第一名(獎學金新台幣伍仟元整) (民國103年)
- (226). 指導專題生榮獲九十四年度國科會大專學生參與專題研究計畫研究創作獎 免費下載行為之初探：消費倫理、知覺與服務品質所衍生之廣告策略研究 (民國95年)
- (227). 指導研究生榮獲2006 ING 安泰管理碩士論文獎佳作 探討內部行銷與外部行銷之關連構面內涵：以台中市異國餐廳為例 (民國95年)
- (228). 指導專題生榮獲九十一年度國科會大專學生參與專題研究計畫研究創作獎 投資商品在網路廣告之消費知覺連結分析與比較：以「共同基金」產品為例 (民國92年)
- (229). 指導專題生榮獲2002年中區技專校院學生實務專題製作競賽佳作 (國立雲林科技大學) (民國91年)
- 共同基金之網頁廣告知覺架構：比較、分析與發展
- (230). 指導專題生榮獲第五屆全國經營實務專題研討會優勝獎 (國立雲林科技大學) (民國91年)
- 探討消費者對耐久財與非耐久財之「廣告訊息—結果—價值」建構特性—以汽車及口紅產品為例
- (231). 指導專題生榮獲第五屆全國經營實務專題研討會佳作獎 (國立雲林科技大學) (民國91年)
- 品牌忠誠與消費知覺分析研究—以香菸產品為例
- (232). 指導專題生榮獲第四屆全國經營實務專題研討會優勝獎 (國立雲林科技大學) (民國90年)
- 探討口腔保健產品之產品策略研究
- (233). 指導專題生榮獲全國碩士論文與大專專題競賽佳作獎 (國立台灣大學) (民國89年)
- 探討消費者「屬性—結果—價值鏈」之建構特性：以牙刷產品為例
- (234). 指導專題生榮獲第三屆全國經營實務專題研討會優勝獎(國立雲林科技大學) (民國89年)
- 探討消費者「屬性—結果—價值鏈」之建構特性：以牙刷產品為例
- (235). 國科會指導大專學生參與專題研究計畫創作獎 成人健康檢查的最佳產品組合研究 (民國88年)

(D) 校外服務

1. 台灣評鑑中心校務研究專題演講 (民國106年)
2. 虎尾科技大學演講 (民國106年)
3. 南區大專院校校務研究推動成果展與會議主持人 (民國106年)
4. 2017年兩岸學術研討會-科學與人文高端對話演講 (民國106年)
5. 台灣首府大學演講 (民國105年)

- | | |
|--------------------------|----------|
| 6. 大陸湛江師範學院演講 | (民國105年) |
| 7. 南區大專院校校務研究推動成果展與會議主持人 | (民國105年) |
| 8. 台東專科學校演講 | (民國104年) |
| 9. 屏東大同高中演講 | (民國104年) |
| 10. 高雄師範大學演講 | (民國103年) |
| 11. 東華大學演講 | (民國102年) |
| 12. 嘉義大學演講 | (民國100年) |
| 13. 朝陽大學演講 | (民國100年) |
| 14. 元智大學演講 | (民國98年) |
| 15. 中山大學演講 | (民國98年) |
| 16. 屏東縣政府文化處審查委員 | (民國98年) |
| 17. 屏東市歸來國小志工 | (民國98年) |
| 18. 義守大學觀光系課程審查委員 | (民國98年) |
| 19. 屏東市歸來國小家長委員會常務委員 | (民國97年) |
| 20. 屏東市歸來社區發展協會崎崙書院志工 | (民國97年) |
| 21. 屏東市歸來社區發展協會獎助學金審查委員 | (民國97年) |

五、研究成果目錄

(A) 期刊論文

1. **Lin, Chin-Feng** & Fu, C.S. (2020, January). Cognitive implications of experiencing religious tourism: An integrated approach of means–end chain and social network theories. *International Journal of Tourism Research*, 22(1). 71-80. [SSCI; IF=2.278; Ranking 21/52, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism; 2018] doi: 10.1002/jtr.2319
2. **Lin, Chin-Feng**, Fu, C.S. & Chi, T.H. (2020, January). Constructing a hybrid hierarchical value map to understand young people’s perceptions of social networking sites. *Behaviour & Information Technology*, 39(2), 150-166. [SSCI; IF=1.429; Ranking 8/16, Ergonomics; 2018] doi:10.1080/0144929X.2019.1589576
3. **Lin, Chin-Feng**, Fu, C.S. & Chen, Y.T. (2019/04). Exploring customer perceptions toward different service volumes: An integration of means–end chain and balance theories. *Food Quality & Preference*, 73(3), 86-96. [SCI; IF=3.652; Ranking 13/133, Food Science & Technology; 2017] doi:10.1016/j.foodqual.2018.12.007
4. **Lin, Chin-Feng** & Fu, C.S. (2018/11). Evaluating online advertising effect: An approach integrating means-end conceptualization and similarity analysis. *Electronic Commerce Research and Applications*, 32(Nov-Dec), 1-12. [SSCI; IF=2.911; Ranking 58/147, Business; 2018] [MOST 資管推薦期刊] doi: 10.1016/j.elerap.2018.10.002

5. **Lin, Chin-Feng**, Fu, C.S. & Li, C.C. (2018/01). Integrating means-end chains and the Kano model to understand tourists' cognitive structure toward leisure and recreational resources of suburban-mountains. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 23(2), 183-199. [SSCI; IF=1.444; Ranking 35/52, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism; 2018] doi: 10.1080/10941665.2017.1411376
6. **Lin, Chin-Feng** & Fu, C.S. (2018/06). Implications of integrating e-leisure constraints and means-end hierarchies of young people's perceptions toward video-sharing websites. *Online Information Review*, 42(4), 355-371. [SSCI; IF=1.928; Ranking 34/89, Information Science & Library Science; 2018] doi: 10.1108/OIR-03-2017-0091
7. **Lin, Chin-Feng** & Fu, C.S.(2017/09). Advancing the laddering and critical incident techniques by incorporating dramaturgical theory to reveal restaurant niches. *Service Industries Journal*, 37(13-14), 801-818. [SSCI; IF=1.258; Ranking 157/210, Management; 2017] doi:10.1080/02642069.2017.1351551
8. **Lin, Chin-Feng** & Fu, C.S.(2017/02). Changes in tourist personal values: impact of experiencing tourism products and services. *Asia Pacific Journal of Tourism Research*, 22(2), 173-186. [SSCI; IF=1.352; Ranking 34/50, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism; 2017] doi:10.1080/10941665.2016.1208670
9. **Lin, Chin-Feng** & Chuang, T.L.(2014/02). Exploring the Balance System of Consumer Perception in Restaurant. *International Journal of Qualitative Methods*, 13, 527 [SSCI; IF=2.257; Ranking 17/104, Social Sciences, Interdisciplinary; 2018] doi: 10.1177/160940691401300128
10. **Lin, Chin-Feng** & Huang, H.C.(2014/02). Exploring the key strategies of advertising appeal by using the means-end chains. *International Journal of Qualitative Methods*, 13, 527-528 [SSCI; IF=2.257; Ranking 17/104, Social Sciences, Interdisciplinary; 2018] doi: 10.1177/160940691401300128
11. **Lin, Chin-Feng** (2014). Exploring the hotel service personnel's cognitive implications toward service attributes and ethics. *Human Factors and Ergonomics in Manufacturing & Service Industries*, Vol. 24 No.1, 14-28. [SSCI; IF=0.862; Ranking 9/16, Ergonomics; 2013] doi:10.1002/hfm.20349
12. **Lin, Chin-Feng**, Shiu, H.J., & Wu, M.Y. (2012). Exploring the relationships between tourist perceptions and the service quality of B&B. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, Vol. 29 No. 6, 585-598. [SSCI; IF= 1.741; 12/44, Hospitality, Leisure, Sport & Tourism; 2015]doi: 10.1080/10548408.2012.703036
13. **Lin, Chin-Feng** (2012). The influence of consumer involvement, trust and loyalty on social marketing and demarketing advertising. *International Journal of Management and Administrative*

Sciences, Vol. 1 No. 7, 1-9.

14. **Lin, Chin-Feng** (2012).The network and strategic perspectives of search engine. *International Journal of Academic Research*, Vol. 4, No.3, pp. 34-41.
15. **Lin, Chin-Feng** (2012).Use of the similarity of cognitive variables to understand perception gap between sellers and consumers. *Interdisciplinary Journal of Research in Business*, Vol. 2, No.1, pp. 35-42.
16. **Lin, Chin-Feng** (2011).Use of dynamic programming to improve the detection of means-end chains from laddering data, *Quality & Quantity*, Vol. 45, No. 6, 1385-1396. DOI: 10.1007/s11135-010-9343-. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)doi: 10.1007/s11135-010-9343-7
17. **Lin, Chin-Feng**, Hsieh, H.S. & Wang, H.F. (2011). Exploring the effective literal contents of exotic restaurant websites. *International Journal of Academic Research*, Vol. 3, No.3, pp. 263-266.
18. **Lin, Chin-Feng** (2011). Ranking search results by integrating Google pagerank and user click-through similarity analysis. *Journal of Mathematics and Technology*, Vol. 2. No.2, pp. 9-14.
19. **Lin, Chin-Feng** and Liao, Y.H. (2010). Guiding the content of tourism web advertisements on a search engine result page. *Online Information Review*, Vol. 34 No. 2, pp.263-281. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3) [SSCI; IF=0.991; Ranking 29/77, Information Science & Library Science; 2010]doi: 10.1108/14684521011036981
20. **Lin, Chin-Feng** (2010). Consumer cognitive perspectives of web ads: country comparisons, analysis, and implications. in Margaret C. Campbell, J. Jeffrey Inman, and Rik Pieters (eds.), *Advances in Consumer Research*, Vol. 37, pp. 374-385. (國科會計畫編號：NSC 98-2410-H-251-001)
21. **Lin, Chin-Feng** & Lin, Y.Y. (2010). Internal and external marketing for exotic restaurants, *Journal of Foodservice Business Research*, Vol. 13 Issue 3, pp. 193-21. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3) doi: 10.1080/15378020.2010.500243
22. **Lin, Chin-Feng** (2010). Consumer cognitions and communication networks toward B&B services, *International Journal of Academic Research*, Vol. 2. Issue 4, pp. 329-331. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
23. **Lin, Chin-Feng** (2009). Systematic behavior research of understanding consumer decision making, *Behavior Research Methods*, Vol. 41 No. 2, pp.405-413. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 94-2416-H-167-001-H) [SSCI; IF=2.923; Ranking 1/11, Psychology, Mathematical; 2009] doi: 10.3758/BRM.41.2.405
24. **Lin, Chin-Feng** & Huang, H.C. (2009). Variable assessment of product benefits in consumer

- behavior using a means-end approach, *Social Behavior and Personality*, Vol. 37 No. 5, pp.577-582. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3) doi: 10.2224/sbp.2009.37.5.577
25. **Lin, Chin-Feng** and Liao, Y.N. (2009). Business Strategy- Youth Subculture Relationship: An Investigation of Free Gift Combinations, *African Journal of Business Management*, Vol. 3 No. 8, pp.366-373. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
 26. **Lin, Chin-Feng** & Wang, H.F. (2008). A decision-making process model for young online shopper, *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 11 No. 6, pp.759-761. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3) doi: 10.1089/cpb.2008.0018
 27. **Lin, Chin-Feng** (2008).The cyber-aspects of virtual communities: Free downloader ethics, cognition, and perceived service quality, *CyberPsychology & Behavior*, Vol. 11 No. 1, pp.69-73. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 94-2416-H-167-001-H) doi: 10.1089/cpb.2007.9932
 28. **Lin, Chin-Feng**, Tsai, H.T., and Fu, C.S. (2006). A Logic deduction of the expanded means-end chains. *Journal of Information Science*, Vol. 32 No. 1, pp.3-14. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 92-2416-H-167-001-H) doi: 10.1177/0165551506059218
 29. **Lin, Chin-Feng** and Fu, C.S. (2005). A conceptual framework of intangible product design: Applying means-end measurement. *Asia Pacific Journal of Marketing and Logistics*, Vol. 17 No. 3, pp. 15-29. (ABI Index) doi: 10.1108/13555850510672412
 30. **Lin, Chin-Feng** (2004). Identifying and targeting market segments: A value/lifestyle segmenting system based on VALS2 inventory. *Journal of International Selling and Sales Management*, Vol. 10 No. 2, pp. 75-90.
 31. **Lin, Chin-Feng** (2003). Quality-delivery system: A conceptual framework of attribute level-value linkages. *Total Quality Management & Business Excellence*, Vol. 14 No. 10, pp.1079-1092. (SSCI Index) (國科會計畫編號：NSC 91-2416-H-167-001-H) doi: 10.1080/1478336032000107663
 32. **Lin, Chin-Feng** (2003). Service-benefit-value hierarchy: A new model of consumer's perceptual process. *Marketing Management Journal*, Vol. 13 Issue 1, pp.64-72.
 33. **Lin, Chin-Feng** (2003). Web ad message design: Marketer cognition or customer perception. *Journal of International Selling and Sales Management*, Vol. 9 No. 2, pp.83-95. (國科會計畫編號：NSC 90-2416-H-167-005-H)
 34. **Lin, Chin-Feng** (2002). Attribute-consequence-value linkages: A new technique for understanding customers' product knowledge. *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 10 No. 4, pp.339-352, 2002. (ABI Index) doi: 10.1057/palgrave.jt.5740058
 35. **Lin, Chin-Feng** (2002). Clustering effect on segmenting variables: Analysis, comparison and

- development. *Journal of International Marketing and Marketing Research*, Vol. 27 No.3, pp.155-165. (ABI Index)
36. **Lin, Chin-Feng** and Fu, C.S. (2002). Does a consumer perceptible gap exist among different retail channels: A Product perception analysis. *Business Journal for Entrepreneurs*, Vol. 2002, Issue3, Section two, pp.1-12.
 37. **Lin, Chin-Feng** (2002). Segmenting customer brand preference: demographic or psychographic. *Journal of Product and Brand Management*, Vol. 11, No. 4, pp.249-268. (ABI Index) doi: 10.1108/10610420210435443
 38. **Lin, Chin-Feng** (2002). Conquering MEC restrictions & enhancing MEC analysis. *Journal of International Marketing and Marketing Research*, Vol. 27 No.1, pp. 15-32. (ABI Index)
 39. **林勤豐**，「國內行銷研究之發展與評估：以行銷思想學派為分類基礎」，商管科技季刊，第三卷，第二期，頁135-160，民國九十一年。
 40. **Lin, Chin-Feng** (2001). Implications of web advertising content: Interpretation, evaluation and implementation. *Business Journal for Entrepreneurs*, Vol. 2001, Issue3, Section two, pp.1-11.
 41. **Lin, Chin-Feng** (2001). Simplifying and confirming means-end processes. *Journal of International Selling and Sales Management*, Vol. 7 No. 1, pp.3-13.
 42. **Lin, Chin-Feng** and Fu, H.H. (2001). Exploring logic construction on MECs to enhance marketing strategy. *Marketing Intelligence and Planning*, Vol. 19 No. 5, pp.362-366. (ABI Index) doi: 10.1108/EUM0000000005653
 43. **Lin, Chin-Feng**, Liu, D.Y., and Chiu, C.M. (2001). Developing assistance policies to improve the competitive advantages of enterprises: A Taiwan survey, *International Journal of Management*, Vol. 18 No.1, pp.18-24. (由第二作者榮獲國科會89年甲種論文獎助) (ABI Index)
 44. **Lin, Chin-Feng** and Fu, H.H. (2000). Improving hierarchical value map to developing valuable marketing strategies. *Business Journal for Entrepreneurs*, Vol. 2000, Issue3, Section one, pp.1-14.
 45. **Lin, Chin-Feng** and Yeh, M.Y. (2000). Means-end chains and cluster analysis: An integrated approach to improving marketing strategy, *Journal of Targeting, Measurement and Analysis for Marketing*, Vol. 9 No. 1, pp.20-35. (國科會89年甲種論文獎助) (ABI Index) doi: 10.1057/palgrave.jt.5740003
 46. **林勤豐**，葉明義，邱兆民，「探討消費者「屬性—結果—價值鏈」之建構特性」，輔仁管理評論，第七卷，第二期，頁21-48，民國八十九年。
 47. 黃月桂，**林勤豐**，「全民健保孕婦產檢服務初步評估」，公共衛生，第二十七卷，第二期，頁115-123，民國八十九年七月三十一日。
 48. **林勤豐**，黃月桂，「成人健康檢查保健評估與最佳產品組合之探討」，醫院（中華民國醫院協會），第33卷，第二期，頁60-70，民國八十九年四月。

49. **Lin, Chin-Feng**, Liu, D.Y., and Chiu, C.M. (1999). An analysis of the applicability of industrial improvement policy to SMEs in Taiwan,” *Business Journal for Entrepreneurs*, Vol.99, Issue4, Section Four, pp.1-21.
50. Chiu, C.M., Bieber, M., **Lin, Chin-Feng** and Sun, S.Y. (1999). Integrating information systems into the world wide web. *System Development Management*, 34-10-54, pp.1-15.
51. 黃月桂, **林勤豐**, 「全民健保兒童健檢服務施行初期評估」, 台灣公共衛生雜誌(原為中華公共衛生雜誌), 第18卷, 第二期, 頁116-122, 民國八十八年。(2006年收錄於TSSCI)
52. 黃月桂, 葉明義, **林勤豐**, 「全民健康保險子宮頸抹片檢查之利用度研究」, 台灣公共衛生雜誌(原為中華公共衛生雜誌), 第17卷, 第一期, 頁28-35, 民國八十七年。(2006年收錄於TSSCI)

(B) 網路期刊、學報論文

53. **林勤豐**、林育櫻, 「台灣的外食餐廳服務品質內涵與特色—以異國餐廳為例」, 中國飲食文化基金會會訊, 第十一卷, 第二期, 頁 17-24, 民國九十四年五月。
54. **林勤豐**、吳淑鶯、林麗嬌、李安悌、曹文琴, 「行銷研究發展趨勢：訊息、分析與展望」, 勤益學報, 第二十一卷, 第二期, 頁 417-429, 民國九十二年。
55. **林勤豐**, 「國人人格特質之分類與意涵」, 勤益學報, 第二十卷, 第二期, 頁417-429, 民國九十一年。
56. 邱兆民, **林勤豐**, 「以全球資訊網為XML電子公文之發展平台」, 國立高雄科技大學管理學院研究專輯, 第一卷, 第二期, 頁147-158, 八十八年九月。
57. 邱兆民, 孫思源, **林勤豐**, 「XML在電子商務之應用」, 國立高雄科技大學管理學院研究專輯, 第一卷, 第二期, 頁131-146, 八十八年九月。
58. **林勤豐**, 葉明義, 邱兆民, 「「方法目的鏈」研究法建構行銷研究變數與行銷策略之探討」, 中華管理評論網路期刊, 第2卷, 第六期, 頁107-128, 民國八十八年。
59. **林勤豐**, 「聯合分析應用在大型餐飲業之探討—以情人節套餐為例」, 勤益學報, 第十七期, 頁231-240, 民國八十八年。
60. **林勤豐**, 陳志賢, 「「方法目的鏈」研究法之探討與應用」, 勤益學報, 第十六期, 頁247-259, 民國八十七年。
61. **林勤豐**, 「中式餐飲經營管理制度之探討」, 勤益學報, 第十一期, 頁151-176, 民國八十二年。

(C) 學術研討會論文

International Academic Conferences:

62. **Lin, Chin-Feng**, Fu, C.S. & Fu, H.Y. (2020). "Is 3D Video Better? Exploring The Effectiveness of Online City Tourism Advertisement," The 2020 Western Decision Sciences Institute's 49th Annual Meeting on April 7-10, 2020, Portland, Oregon, USA.
63. **Lin, Chin-Feng** and Su, Y.H. Exploring the perceptual implications of customer-to-customer interactions: An example of group package tour, The 2020 Southwest Decision Sciences Institute's 50th Annual Meeting on March 11-14, 2020, San Antonio, Texas, USA.
64. **Lin, Chin-Feng** and Xu, S.T. Exploring the implications of perceptual segmentation toward the rewarded ads in play and leisure constraints, The 2020 Southwest Decision Sciences Institute's 50th Annual Meeting on March 11-14, 2020, San Antonio, Texas, USA.
65. **Lin, Chin-Feng** and Chen, Y.C. Exploring the tourists' cognitive hierarchies of relationship marketing toward travel apps, The 2020 Southwest Decision Sciences Institute's 50th Annual Meeting on March 11-14, 2020, San Antonio, Texas, USA.
66. **Lin, Chin-Feng** and Chen, I.C. Integrating means-end chains, Kano model and MANOVA to explore the product and segmentation strategy of video website, The 2020 Southwest Decision Sciences Institute's 50th Annual Meeting on March 11-14, 2020, San Antonio, Texas, USA.
67. **Lin, Chin-Feng** and Chen, Y.C. An Integrative Model to Explore Relationship-perception Chains of Travel Apps. 2019 Annual Meeting of the Decision Sciences Institute, Nov. 23-25, 2019, New Orleans, Louisiana, USA.
68. **Lin, Chin-Feng**, Huang, Y.R., and Chien, J.C. Exploring the Cognitive Communications of Religious Marketing toward Group Networks, The 2019 Southwest Decision Sciences Institute's 49th Annual Meeting on March 13-16, 2019, Houston, Texas, USA.
69. **Lin, Chin-Feng**, and Fu, C.S. Exploring the young people's cognitive structure and switching intention toward social networking sites, The 2018 Academy of Marketing Science (AMS) Annual Conference, May 23-25, 2018, New Orleans, Louisiana, USA.
70. **Lin, Chin-Feng**, and Fu, C.S. Applying means-end chain theory to reveal user's innermost thinking toward the usage of community websites, The 2018 Southwest Decision Sciences Institute's 48th Annual Meeting on March 7-10, 2018, Albuquerque, New Mexico, USA.
71. **Lin, Chin-Feng**, and Yang, C.Y. Exploring the implications of perceptive relationship marketing toward mobile self-service technology of catering experience. 22nd Asia Pacific Decision Sciences Institute Annual Conference, July 21-25, 2017, Seoul, South Korea.
72. **Lin, Chin-Feng**, and Fu, C.S. Revealing the young people's cognitive structure of sharing video online: an exploratory research, 2017 Academy of Marketing Science Annual Conference, May

24-26, 2017, Coronado Island, California, USA.

73. **Lin, Chin-Feng**. Exploring the implications between leisure constraints and balance system of youth perceptions toward video sharing websites. 2016 Annual Meeting of the Decision Sciences Institute, Nov. 19-22, 2016, Austin Texas, USA.
74. **Lin, Chin-Feng**. Exploring the implications of balanced perception system toward the resources of suburban-mountain's wildlife tourism. 2015 Annual Meeting of the Decision Sciences Institute, Nov. 20-23, 2015, Seattle, USA.
75. Wu, H.F. and **Lin, Chin-Feng**, Chen, H.M.. Exploring the decision of entertainment capacity and ticket price: an application of deterministic dynamic programming. 2015 Annual Meeting of the Decision Sciences Institute, Nov. 20-23, 2015, Seattle, USA.
76. **Lin, Chin-Feng**. Exploring the implications of senior perception needs toward the leisure and recreation resources of suburban mountain. 2015 Annual Meeting of the Decision Sciences Institute, Nov. 20-23, 2015, Seattle, USA.
77. **Lin, Chin-Feng**, and Chen, Y.T. "Integrating means-end chains and balance theory to reveal the implications of service substantiality. The Second Conference on Sustainable Tourism and Hospitality in Asia, April 26-28, 2015, Hiroshima, Japan. MOST 103-2410-H- 153-022-MY2.
78. **Lin, Chin-Feng**. Exploring the balance system of consumer perception in restaurants. 20th Annual Qualitative Health Research (QHR) Conference, Oct. 19-23, 2014, Victoria, BC, Canada. MOST 100-2410-H-251-005-MY3.
79. **Lin, Chin-Feng**. Advertising effect evaluation based on means-end chain theory. Proceedings of the 2013 Academy of Marketing Science Annual Conference, May 15-18, 2013, Monterey, CA, USA.
80. **Lin, Chin-Feng** and Lo, Y.L.. Constructing service ethic - consequence - value chains to develop effective internal and external marketing strategies. 2012 Association of Collegiate Marketing Educators Annual Conference, February 29-March 3, 2012, New Orleans, Louisiana, USA. (國科會計畫編號：NSC 99-2410-H-251-015)
81. **Lin, Chin-Feng**. Exploring the similarity of cognitive variables to understand the perception gap between sellers and consumers. 2012 Association of Collegiate Marketing Educators Annual Conference, February 29-March 3, 2012, New Orleans, Louisiana, USA. (國科會計畫編號：NSC 99-2410-H-251-015)
82. **Lin, Chin-Feng** and Chuang, T.L.. Consumer perception and quality characteristics of restaurants: implications of the restaurant selection. 2012 Academy of International Business U.S. Southwest Chapter Annual Conference, February 29-March 3, 2012, New Orleans, Louisiana, USA. (國科會計畫編號：NSC 100-2410-H-251-005-MY3)

83. **Lin, Chin-Feng** and Fu, C.S._Personal values changes: a means-end chain study. 2012 Academy of International Business U.S. Southwest Chapter Annual Conference, February 29-March 3, 2012, New Orleans, Louisiana, USA. (國科會計畫編號：NSC 99-2410-H-251-015)
84. **Lin, Chin-Feng**. Advancing means-end chains by incorporating Kano method to explore consumer perceptions. 2011 AMA Summer Marketing Educators' Conference, August 5-7, 2011, San Francisco, California, USA.
85. **Lin, Chin-Feng**. Integrating means-end and product similarity approaches to evaluate advertising effectiveness. 2011 AMA Summer Marketing Educators' Conference, August 5-7, 2011, San Francisco, California, USA.
86. **Lin, Chin-Feng**. The attachment of tourism destinations: the perception analysis of deep memory. 2011 Association of Collegiate Marketing Educators Annual Conference, March 9-12, 2011, Houston, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 99-2410-H-251-015)
87. Fu, C.S. and **Lin, Chin-Feng**. The implications of social marketing design based on consumer perceptions: an example of deceptive advertising. 2011 Association of Collegiate Marketing Educators Annual Conference, March 9-12, 2011, Houston, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 99-2410-H-251-015)
88. **Lin, Chin-Feng**. The network and strategic perspectives of search engine. 2011 Academy of International Business U.S. Southwest Chapter Annual Conference, March 9-12, 2011, Houston, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 99-2410-H-251-015)
89. **Lin, Chin-Feng**. Confirming advertisement effect based on the product similarity. Decision Sciences Institute 41st Annual Conference, November 20-23, 2010, San Diego, California, USA. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-167-004-MY3)
90. **Lin, Chin-Feng**. Consumer cognitive perspectives of web ads: country comparisons, analysis, and implications. 2009 ACR North American Conference, October 22-25, 2009, Pittsburgh, Pennsylvania, USA. (國科會計畫編號：NSC 98-2410-H-251-001)
91. **Lin, Chin-Feng**. Variable assessment of product benefits using a means-end approach. 2009 Association of Collegiate Marketing Educators Annual Conference, February 24-28, 2009, Oklahoma City, Oklahoma, USA. (BEST OF TRACK PAPER AWARD WINNERS: *Consumer Behavior and Customer Relationship Management Track*) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
92. **Lin, Chin-Feng** and Fu, H.W. "Consumer cognition of mutual fund web ads: an international comparison. 2009 Academy of International Business U.S. Southwest Chapter Annual Conference, February 24-28, 2009, Oklahoma City, Oklahoma, USA. (Runners-Up Distinguished Papers) (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
93. **Lin, Chin-Feng**. Analyzing adolescent perceptions toward free gifts of convenience stores through

- a means-end chain approach. Decision Sciences Institute 39th Annual Conference, November 22-25, 2008, Baltimore, Maryland, USA. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-167-004-MY3)
94. **Lin, Chin-Feng**. Consumer brand equity, perception, website trust and behavioral intention in relational model. Proceedings of the 2008 Academy of Marketing Science Annual Conference, May 28-31, 2008, Vancouver, British Columbia, Canada. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
95. **Lin, Chin-Feng**. A systematic procedure of understanding consumer decision making. Proceedings of the 2008 Academy of Marketing Science Annual Conference, May 28-31, 2008, Vancouver, British Columbia, Canada. (國科會計畫編號：NSC 94-2416-H-167-001-H)
96. **Lin, Chin-Feng** and Fu, C.S.. Exploring the implications of relationship between internal marketing and external marketing. Proceedings of the 2008 Academy of Marketing Science Annual Conference, May 28-31, 2008, Vancouver, British Columbia, Canada. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
97. **Lin, Chin-Feng**. Revealing the consumption decision-making process of the adolescents. Association of Collegiate Marketing Educators 2008 Conference, March 4-8, 2008, Houston, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-251-018-MY3)
98. **Lin, Chin-Feng**. Use of dynamic programming to improve the detection of means-end chains from laddering data. Proceedings of the 2007 Academy of Marketing Science Annual Conference, May 23-26, 2007, Coral Gables, Florida, USA. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-167-004-MY3)
99. **Lin, Chin-Feng**. A modified dynamic programming approach to understanding consumer decision making. Southwest Decision Sciences Institute 38th Annual Conference, March 13-17, 2007, San Diego, California, USA. (國科會計畫編號：NSC 95-2416-H-167-004-MY3)
100. **Lin, Chin-Feng**. A logic deduction of attribute level-value linkages. Association of Collegiate Marketing Educators 2005 Conference, March 1-5, 2005, Dallas, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 92-2416-H-167-001-H)
101. **Lin, Chin-Feng**. A conceptual framework of programming the EMEC theory. Southwest Decision Sciences Institute Thirty Sixth Annual Conference, March 1-5, 2005, Dallas, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 92-2416-H-167-001-H)
102. **Lin, Chin-Feng**. Exploring the penetrative strategy on SME segments: A Taiwan Survey,” Proceedings of the 2004 Southwest Academy of Management Conference, Orlando FL, USA, March 2-6 2004, pp.83-92.
103. **Lin, Chin-Feng**. A conceptual model of web ad message design.” Proceedings of the Association of Collegiate Marketing Educators 2003 Conference, March 4-8, 2003, Houston, Texas, USA. (國科會計畫編號：NSC 90-2416-H-167-005-H)

104. **Lin, Chin-Feng**. Customer value satisfaction: a conceptual framework of product design.” Proceedings of the Southeast Decision Sciences Institute 33rd Conference, February 26-28, 2003, Williamsburg, Virginia, USA.
105. **Lin, Chin-Feng**. MEC restrictions: interpretation, analysis and solution,” Proceedings of the 2001 Academy of Marketing Science Annual Conference, San Diego Hyatt Islandia Hotel, CA. USA., May 29-June 2, 2001, pp.108.
106. **Lin, Chin-Feng** and Yeh, M.Y.. Enhancing SME’s competitive advantage: using a complete set of industrial improvement policies,” Proceedings of Association for Small Business & Entrepreneurship Conference 2000, San Antonio Hyatt Regency USA. March 15-18, 2000, pp.108-117.
107. **Lin, Chin-Feng**. Integrated quantitative methods and means-end chains to establishing marketing strategy.” Proceedings of the 27th Southwestern Marketing Association 2000 Conference, March 15-18, 2000, San Antonio, Texas, USA, pp.94-103.

國內學術研討會：

108. **林勤豐**，紀祖欣，「學習可以是一種休閒嗎？論桌遊產品設計的知覺行銷內涵」，2018年休閒產業與運動健康學術研討會，正修科技大學，民國一百零七年五月二十五日。[優秀海報論文]
109. **林勤豐**，闕于鈞，「飛機什麼時候起飛？論旅客等待時間之知覺策略意涵」，2018年休閒產業與運動健康學術研討會，正修科技大學，民國一百零七年五月二十五日。[優秀海報論文]
110. **林勤豐**，李怡嫻，「探討大學生參與啦啦隊競賽之自我知覺意涵：方法目的鏈與自我決定理論之整合應用」，2018年休閒產業與運動健康學術研討會，正修科技大學，民國一百零七年五月二十五日。
111. **林勤豐**，莊子立，「探討餐廳品質特性與消費知覺之整合分析內涵」，第一屆觀光暨休閒遊憩資源永續經營管理研討會，南台科技大學，民國一百年十一月二十四日。
112. **林勤豐**，陳欣柔、林祈宏、黃津鈺，「探討服務補償與服務失誤的「方法目的鏈」內涵」，第一屆觀光暨休閒遊憩資源永續經營管理研討會，南台科技大學，民國一百年十一月二十四日。
113. **林勤豐**，羅宇琳，「探討服務倫理之知覺變數擷取模式：方法目的鏈理論之應用」，2011企業經營與行銷管理學術研討會，樹德科技大學，民國一百年元月五日。
114. **林勤豐**，謝瓊梅，「搜尋引擎之網絡關連與策略展望」，2010創新整合與應用研討會，樹德科技大學，民國九十九年六月十一日。
115. **林勤豐**，許惠貞，吳孟穎，「消費者網絡服務知覺之初探：以台灣民宿產品為例」，第一屆餐旅管理論文研討會，東海大學，民國九十八年五月十六日。

116. **林勤豐**，吳孟穎，許惠貞，「消費知覺與民宿服務品質連結關係之初探」，2008年文化創意產業發展新趨勢國際研討會，實踐大學，民國九十七年十二月五日。
117. 廖又霓，**林勤豐**，「探討青少年對便利商店贈品之消費知覺內涵」，第四屆管理學術研討會，國立勤益技術學院，民國九十五年十一月二十四日。
118. **林勤豐**，黃信鐘，「探討產品利益變數評價力：以「方法目的鏈」理論為分析基礎」，TBI 2006台灣商管與資訊研討會，國立台北大學，民國九十五年十一月一日。
119. **林勤豐**，劉秀芳，王琳薇，詹清惠，「消費知覺分析基礎的社會行銷規劃內涵：以「不實廣告」為例」，TBI 2006台灣商管與資訊研討會，國立台北大學，民國九十五年十一月一日。
120. 廖玉紅，**林勤豐**，「搜尋引擎搜尋結果最佳文字內容之廣告文案規劃模式：以大陸套裝旅遊產品為例」，2006年「中華觀光管理學會」暨「臺灣休閒遊憩學會」聯合學術研討會，國立高雄餐旅學院，民國九十五年六月十七日。（國科會計畫編號：NSC 94-2416_H-167-001）
121. 林育櫻，**林勤豐**，「探討內部行銷與外部行銷之關連構面內涵：以台中市異國餐廳為例」，2006年「中華觀光管理學會」暨「臺灣休閒遊憩學會」聯合學術研討會，國立高雄餐旅學院，民國九十五年六月十七日。
122. **林勤豐**，邱挹芳，劉明軒，「搜尋引擎「搜尋結果」、網頁廣告文字與消費知覺內容之比較意涵」，2006創新、整合與應用學術研討會，樹德科技大學，民國九十五年五月二十六日。（國科會計畫編號：NSC 94-2416_H-167-001）
123. **林勤豐**，陳怡青，許惠淳，「虛擬社群的免費下載行為：消費者倫理、知覺與服務品質關連之內涵」，2006創新、整合與應用學術研討會，樹德科技大學，民國九十五年五月二十六日。
124. 傅貞夙，**林勤豐**，「探討行銷審計認知層級架構：方法目的鏈理論之應用」，2005台灣商管與資訊研討會，靜宜大學，民國九十四年九月二十九日至三十日。
125. **林勤豐**，廖玉紅，「探討「搜尋引擎搜尋結果」文字規劃內容之建構模式：以異國餐廳「美食」資訊為例」，第六屆電子化企業經營管理理論暨實務研討會，大葉大學，民國九十四年五月二十一日。（國科會計畫編號：NSC 93-2416-H-167-002）
126. **林勤豐**，傅貞夙，「方法目的鏈理論之回顧與研究展望」，2005台灣行銷研討會，台北劍潭青年活動中心，民國九十四年四月十六日至十七日。（國科會計畫編號：NSC 92-2416-H-167-001-H）
127. **林勤豐**，廖玉紅，「「搜尋引擎搜尋結果」最佳文字規劃內容模式：以國外旅遊套裝產品為例」，2005台灣行銷研討會，台北劍潭青年活動中心，民國九十四年四月十六日至十七日。（國科會計畫編號：NSC 93-2416-H-167-002）
128. **林勤豐**，林育櫻，「服務品質知覺差異分析模式之建構與發展：以「意外傷害保險」產品為

- 例」，第一屆創新管理學術研討會，實踐大學，民國九十三年十二月十七日。
129. **林勤豐**，王惠芳，「探討消費者對耐久財及非耐久財網頁之集群知覺特性」，2004 商業流通研討會，高雄第一科技大學，民國九十三年十一月二十五日。
130. **林勤豐**，吳俊德，「消費者產品知識整合模式：演繹、分析、邏輯建構與智庫雛形」，九十二學年度管理二學門專題研究計畫成果發表會，國立成功大學，民國九十三年十一月十三日。
131. **Lin, Chin-Feng** and Fu, C.S.. Value/lifestyle system: typologies and implications”，第二屆服務業行銷暨管理學術研討會，國立嘉義大學，民國九十二年。
132. **林勤豐**，顧婉貞，蘇郁婷、黃秋蓉、李佩芳，「剖析跨國網頁廣告訊息之知覺模式」，第二屆 21 世紀產業經營管理國際學術研討會，國立高雄應用科技大學，民國九十二年。（國科會編號：NSC 91-2416-H-167-001-H)
133. **林勤豐**，「網頁廣告訊息知覺模式：以消費者方法目的鏈為建構基礎」，2002 中華民國科技管理論文研討會論文集，義守大學，民國九十一年十二月十三、十四日。
134. **林勤豐**，林麗嬌，戴素琴，潘米騏，「共同基金之網頁廣告知覺架構：比較、分析與發展」，2002 年電子商務經營管理研討會論文集，逢甲大學，民國九十一年十二月十三日。
135. **林勤豐**，「市場區隔變數之分群效果：分析、比較與發展」，第十七屆全國技術及職業教育研討會論文集商業類管理組，屏東科技大學，民國九十一年。
136. **林勤豐**，「Constructing SBV hierarchy to understanding consumer perceptual process」，第十七屆全國技術及職業教育研討會論文集商業類管理組，屏東科技大學，民國九十一年。
137. **林勤豐**、陳怡潔、吳俊德、傅懷慧，「產品知覺差異分析模式：消費者「屬性／廣告訊息—結果—價值鏈」之應用」，第一屆服務業行銷暨管理學術研討會，國立嘉義大學，九十一年四月十九日，（國科會編號：NSC 90-2416-H-167-005-H）。
138. **林勤豐**，「零售通路產品知覺分析之研究」，第五屆中華民國流通管理研討會，國立高雄第一科技大學，九十年十一月二十九日。
139. **林勤豐**，廖緹瑄，劉盈如，陳怡潔，陳美秀，「產品水準、廣告訊息與廣告訴求在通訊產業網路廣告內容之分析研究」，第五屆中華民國流通管理研討會，國立高雄第一科技大學，九十年十一月二十九日。
140. **林勤豐**，” A test of segmenting capability of demographic and personality variables based on customer brand preference. 第三屆永續發展管理研討會論文集，國立屏東科技大學，頁375-382，民國九十年十一月九日。
141. **林勤豐**，林莉雯，陳愛鈴，張慧玫，陳珮真，「國內行銷研究之發展與評介：以行銷學派為區隔基礎」，2001企業管理與社會科學的跨領域研討會論文集，東海大學，頁14-1~14-21，

民國九十年五月四日。

142. **林勤豐**，楊惠貞，「探討顧客知覺分析之研究：以全民健康保險預防保健服務內容為例」，第十六屆全國技術及職業教育研討會論文集商業類管理組，頁261-272，慈濟技術學院，民國九十年。
143. 楊惠貞，范錚強，**林勤豐**，「社會支持與心理人格特質在焦崩之研究-以二專資訊管理科學生為例」，第十六屆全國技術及職業教育研討會論文集一般技職及人文教育類一般技職教育組，頁261-272，慈濟技術學院，民國九十年。
144. **林勤豐**，「探討消費者「屬性—結果—價值鏈」之簡化與驗證模式」，2000中華民國科技管理論文研討會論文集，國立交通大學，民國八十九年十二月九日。
145. **林勤豐**，「建構方法目的鏈知覺圖與剖析行銷策略之關聯性探討」，第二屆永續發展管理研討會論文集，國立屏東科技大學，民國八十九年十一月三日。
146. **林勤豐**，「顧客知覺分析之研究：以便利商店「服務性產品」設計為例」，第三屆商業現代化研討會論文集，國立雲林科技大學(Session Chair)，民國八十九年九月二十九日。
147. 葉明義，**林勤豐**，「國人人格特質區隔之分析研究：以LOV與VALS2為建構基礎」，第十五屆全國技術及職業教育研討會論文集商業類管理組，頁243-248，嶺東技術學院，民國八十九年。
148. **林勤豐**，葉明義，「台灣產業升級政策關聯分析：以製造業為例」，1999中華民國科技管理論文研討會論文集，頁441~454，國立中山大學，民國八十八年十二月十八日。
149. 葉明義，**林勤豐**，「最佳產品組合分析在大型餐飲業上之應用—以情人節套餐為例」，第十四屆全國技術及職業教育研討會論文集，頁71-79，崑山技術學院，民國八十八年。

(D) 專書論文

150. **林勤豐**，辛宜，鄧雅芸，2018(1)，「台灣校務專業管理資訊整合先導計畫」【IR系列叢書2】：教育渠道探勘—屏東大學」，財團法人臺灣評鑑協會，頁130-167，2018。
151. **林勤豐**，葉明義，2002，「高新科技管理：宏觀政策—台灣產業升級政策關聯分析：以製造業為例」，香港中文大學出版社，頁263-284，2002。

(E) 技術報告及其他等

152. **林勤豐**，2017「旅遊APP關係知覺鏈之整合模式」，行政院科技部專題研究計畫，MOST 106-2410-H-153 -003 -MY2。
153. **林勤豐**，吳季芸，2017，「建構年輕族群之APP認知層級：方法目的鏈、Kano模式與聯合分析之整合應用」，行政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 106-2813-C-153-005-H。
154. **林勤豐**，黃季雯，2016，「探討年輕族群對行動裝置休閒社群網站的知覺轉換內涵」，行

- 政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 105-2815-C-153-007-H。
155. **林勤豐**，2014「探討消費者在利益與知覺風險間的價值滿足：建構方法目的鏈、指派問題與確定性動態規劃整合分析模式」，行政院科技部專題研究計畫，MOST 103-2410-H-153-022-MY2。
156. **林勤豐**，廖婉婷，2015，「探討年輕族群對影片分享網站之休閒阻礙與知覺平衡關聯內涵」，行政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 104-2815-C-153-009-H。
157. **林勤豐**，李佳均，2014，「探討老人對郊山休憩資源之知覺需求內涵」，行政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 103-2815-C-251-002-H。
158. **林勤豐**，楊巧愉，2014，「探討郊山野生動物觀光資源的平衡知覺系統」，行政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 103-2815-C-251-006-H。
159. **林勤豐**，吳昕芳，2013，「探討品牌個性搭配內涵與其來源國效應之知覺關聯：以國際歌星與其演唱會為例」，行政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 102-2815-C-251-002-H。
160. **林勤豐**，陳欣枚，2013，「應用確定性動態規劃分析法探討主題樂園資源規劃問題」，行政院科技部大專生專題研究計畫，MOST 102-2815-C-251-006-H。
161. **林勤豐**，2011「整合「方法目的鏈、暈輪效果與平衡理論」之隨機動態規劃連結分析模式」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 100-2410-H-251-005-MY3。
162. **林勤豐**，莊雅筑，2012，「探討炫耀性住宿商品之知覺特徵與行銷策略內涵」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 101-2815-C-251-001-H。
163. **林勤豐**，林祈宏，2011，「探討服務失誤與補償失誤時之消費者知覺平衡系統內涵」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 100-2815-C-251-003-H。
164. **林勤豐**，陳慧宜，2011，「博物館紀念品規劃：以消費者認知與文物涉入為分析基礎」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 100-2815-C-251-001-H。
165. **林勤豐**，2010「「服務主導邏輯」的行銷倫理知覺缺口：網絡、定位、傳播、整合與創新策略(2)、(3)」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 99-2410-H-251-015。
166. **林勤豐**，吳采芯，2010，「旅遊景點依戀：深層記憶的知覺分析」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 99-2815-C-251-005-H。
167. **林勤豐**，2009，「「服務主導邏輯」的行銷倫理知覺缺口：網絡、定位、傳播、整合與創新策略」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 98-2410-H-251-001。
168. **林勤豐**，鄭雲，2009，「探討國家旅遊資訊網站之建構內容：以Kano模式、方法目的鏈與品質機能展開模式為分析基礎」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 98-2815-C-251-008-H。
169. **林勤豐**，許毓芸，2009，「網站功能屬性與遊客知覺偏好：城市旅遊網站之建構內容」，

行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 98-2815-C-251 -012 -H。

170. **林勤豐**(子計畫之分項計畫主持人)，黃勝雄，2009，「子計畫(一)：休閒及創意產業實務菁英人才培育計畫—產業攜手平台建置方案(分項計畫：休閒及創意產業研發執行中心的成立)」，教育部補助97重要特色領域人才培育改進計畫。
171. **林勤豐**，2008，「建構「內部廣告」、「商品佈置」與「行銷審計」之核心優勢：「方法目的鏈」、「弱聯帶」與「資源基礎觀點」理論之整合分析模式」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 95-2416-H-251-018-MY3。
172. **林勤豐**(協同主持人)，2008，經濟部技術處校園創新創意應用計畫[新興服務業應用科技培育校園創新創意創業計畫]。
173. **林勤豐**(子計畫之分項計畫主持人)，黃勝雄，2008，「子計畫(一)：休閒及創意產業實務菁英人才培育計畫—產業攜手平台建置方案(分項計畫：休閒及創意產業研發執行中心的成立)」，教育部補助96重要特色領域人才培育改進計畫。
174. **林勤豐**，2008，「建構「內部廣告」、「商品佈置」與「行銷審計」之核心優勢：「方法目的鏈」、「弱聯帶」與「資源基礎觀點」理論之整合分析模式」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 95-2416-H-251-018-MY3，第二年執行完畢。
175. **林勤豐**，2007，「建構「內部廣告」、「商品佈置」與「行銷審計」之核心優勢：「方法目的鏈」、「弱聯帶」與「資源基礎觀點」理論之整合分析模式」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 95-2416-H-167-004-MY3，第一年執行完畢。
176. **林勤豐**，劉秀芳，2007，「探討逆行銷對「不實廣告」的社會行銷規劃內涵：以消費心理變數為分析基礎」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 95-2815-C-167 -007 -H。
177. **林勤豐**，2006，「消費者產品知識整合模式：演繹、分析、邏輯建構與智庫雛形(II)」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 94-2416-H-167-001-H。
178. **林勤豐**，許惠淳，2006，「免費下載行為之初探：消費倫理、知覺與服務品質所衍生之廣告策略研究」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 94-2815-C-167 -011 -H。
179. **林勤豐**，蔡憲唐，楊惠貞，2005，「建構「消費價值、消費效用、消費忠誠」為衡量基準之連結概念模式：「搜尋引擎搜尋結果」最佳文字規劃內容與排序方法之實證研究」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 93-2416-H-167-002-H。
180. **林勤豐**，2004，「消費者產品知識整合模式：演繹、分析、邏輯建構與智庫雛形」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 92-2416-H-167-001-H。
181. **林勤豐**，林育櫻，2004，「消費者與行銷人員之「屬性水準—價值」連結知覺差異分析研究：以「意外傷害保險」產品為例」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 92-2815-C-167-008-H。
182. **林勤豐**，吳淑鶯，林麗嬌，李安悌，曹文琴，2003，「國內行銷研究與國際性行銷研究發

展趨勢之比較分析」，國立勤益技術學院教師學術研究群計畫。

183. **林勤豐**，2003，「網路廣告訊息績效衡量模式：消費知覺與跨國網頁分析之探討」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 91-2416-H-167-001-H。
184. **林勤豐**，曹華真，2003，「投資商品在網路廣告之消費知覺連結分析與比較：以「共同基金」產品為例」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 91-2815-C-167-007-H。
185. **林勤豐**，2002，「探討產品水準、產品類別與網頁廣告訊息之廣告效果：以消費者「屬性—結果—價值鏈」為建構基礎」，行政院國家科學委員會專題研究計畫，NSC 90-2416-H-167-005-H。
186. **林勤豐**，陳佩真，2002，「國內行銷研究之發展：以行銷學派為分類基礎」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 90-2815-C-167-001-H。
187. **林勤豐**，2001，「運用大專院校人力資源診斷輔導—承航企業有限公司結案報告書」，經濟部中小企業處。
188. **林勤豐**，吳尚美，2001，「「方法目的鏈」研究法在健康保險產品上之探討與應用」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 89-2815-C-167-001-H。
189. **林勤豐**，2000，「運用大專院校人力資源診斷輔導—成合鐵工廠股份有限公司結案報告書」，經濟部中小企業處。
190. **林勤豐**，產業政策相互連結之關聯性與政策組合研究：以中小企業為例，國立台灣科技大學管理研究所企業管理學程博士論文，民國八十九年一月。
191. **林勤豐**，陳秀雲，2000，「成人健康檢查的最佳產品組合研究」，行政院國家科學委員會大專生專題研究計畫，NSC 88-2815-C-167-008-H。