

黃識銘 個人履歷



學歷：

畢業學校	系所	畢業時間	學位	指導教授
國立中興大學	企業管理系	2008/06	管理學博士(行銷組)	方世榮
元智大學	管理研究所	1999/06	管理碩士(行銷組)	廖淑伶
東吳大學	社會研究所	1984/06	法學碩士(社會工作組)	徐震
東吳大學	社會系	1982/06	法學士(社會工作組)	無

經歷：

服務公司	服務單位	職稱	服務起始	服務結束
南臺科技大學	行銷流通系	教授兼系主任及所長	2018/08/01	迄今
南臺科技大學	行銷流通系	專任教授	2016/08/01	迄今
南臺科技大學	行銷流通系	專任副教授	2008/08/01	2016/07/31
南臺科技大學	職涯發展中心	主任	2010/05/25	2013/07/31
南台科技大學	行銷流通系	專任講師	2001/08/01	2008/07/31
威可廣告/威鼎公關公司	管理部	副總經理/顧問	1999/07/01	2000/09/30
資行市場系統顧問公司	行銷研究部	副總經理	1993/06/01	1999/06/30
具冠企業股份有限公司	行銷企劃處	行銷企劃處處長	1991/12/01	1993/05/31
太一廣告股份有限公司	行銷企劃部	行銷企劃部部長	1988/06/20	1991/11/30
金車飲料暨志成公司	企劃部	企劃專員	1986/07/06	1988/06/19

博士論文：關係黑暗因子對關係績效的影響-社會交換理論觀點，指導教授：方世榮博士，國立中興大學企管管理系博士班，2008年畢業。

碩士論文：生活型態、消費態度與消費行為之關聯性研究，指導教授：廖淑伶博士，元智大學管理研究所，1999 年畢業。

碩士論文：社區權力結構與社區發展關聯性之研究，指導教授：徐震，東吳大學社會研究所社會工作組畢業。1984 年畢業。

台灣評鑑協會 大專校院教學品保服務委員(107 學年度評鑑委員)

業界經驗概述：

1. 1988 年與同好共同創作 ICP 行銷資料庫系統與專書，為 ICT 與 E-ICP 行銷資料庫前身。此資料庫廣被企業界及學界所使用(EICP 消費者行銷資料庫)。
2. 成功創造波爾茶新上市，伯朗咖啡、舒跑運動飲料、維力炸醬麵、一度贊及所屬商品之廣告與行銷企劃、寶礦力運動飲料(大塚製藥)、波蜜果菜汁、台糖蜆精、台鹽綠迷雅、台鹽鹼性離子水、台灣高鐵等商品企劃。
3. 曾任達美高東急廣告公司、迪倫廣告公司、西華廣告公司、石想創意行銷公司等公司顧問。

教學獲獎

- 105 學年教學優良教師 校級教學甲等教師獎
- 104 學年教學優良教師 校級教學甲等教師獎
- 103 學年教學優良教師 院級教學優良教師獎
- 102 學年教學優良教師 院級教學優良教師獎
- 101 學年教學優良教師 院級教學優良教師獎

技術報告：(科技部計畫)

1. 黃識銘，「社群商務與社群支持對智慧購物結果的影響:以品牌投入為中介效果」(The Impact of Social Commerce and Social Support on Smart Shopping Outcome: The Mediating Effect of Brand Engagement)，科技部研究計畫，MOST 109-2410-H-218-006，民國110年8月至111年7月，(計畫主持人)。計劃經費:455,000元整。
2. 黃識銘，「品牌關係型態對共同生產及價值共創之影響」(The impact of brand relationship types and co-production on cocreative value)，科技部研究計畫，MOST 109-2410-H-218-006，民國109年8月至110年7月，(計畫主持人)。計劃經費:480,000元整。
3. 黃識銘，「智慧購物傾向與智慧顧客體驗對智慧零售結果的影響:中介與干擾的混合影響」(The Impact of Smart Shopping Tendency and Smart Customer Experience on Outcome of Smart Retailing: The Mixed Effect of Mediating and Moderating)，科技部研究計畫，MOST 108-2410-H-218-013，民國108年8月至109年7月，(計畫主持人)。計劃經費:638,000元整。
4. 黃識銘，「關係結合與共同生產對品牌忠誠之影響:網路外部與從眾行為之干擾」(The Impact of Relationship Bonds and Co-production on Brand Loyalty: The Moderating Effect Network External and Conformity)，科技部研究計畫，MOST-107-2410-H-218-004，民國107年8月至108年7月，(計畫主持人)。計劃經費:489,000元整。
5. 黃識銘，「品牌體驗與品牌投入對黏著意圖之影響:整合中介與干擾模式」(The Impact of Brand Experience and Brand Engagement on Stickiness Intention: The Integrating Mediation and Moderation Model)，科技部研究計畫，MOST-106-2410-H-218-003，民國106年8月至107年7月，(計畫主持人)。計劃經費:490,000元整。
6. 林美蘭、余泰魁、黃識銘，「商管學生對社會創業本質之研究--以消費者與創業者認知對隅分析」，(科技部計畫共同主持人，計劃經費:570,000元整。MOST-105-2511-S-218-002，民國105年8月至106年7月)。
7. 黃識銘，「師徒關係與領導風格對工作績效的影響:組織承諾、工作滿意及工作投入的中介影響」(The Impact of Mentoring Relationship and Leadership Style on Job Performance: The Mediating Effect of Organizational Commitment, Job Satisfaction and Work Engagement)，科技部研究計畫，MOST-105-2410-H-218-004，民國105年8月至106年7月，(計畫主持人)。計劃經費:400,000元整。
8. 黃識銘，「服務破壞與調適銷售對工作績效的影響-前因、中介與干擾因素的探討」(The Impact of Service Sabotage and Adaptive Selling on Job Performance- Factors of Antecedent, Mediating and Moderating)，科技部研究計畫，MOST-104-2410-H-218-007，民國104年8月至105年7月，(計畫主持人)。計劃經費:502,000元整。
9. 黃識銘，「品牌情感與品牌認同對品牌忠誠之影響-品牌愛慕與品牌依附的中介與干擾效果」(The Impact of Brand Attachment and Brand Identify on Brand Loyalty)，科技

部研究計畫，MOST-103-2410-H-218-006，民國 103 年 8 月至 104 年 7 月，(計畫主持人)。計畫經費:234,000 元整。

10. 黃識銘，「品牌依附與品牌信任對品牌忠誠之影響」(The Impact of Brand Attachment and brand Trust on Brand Loyalty)，科技部研究計畫，NSC-102-2410-H-218-022，民國102 年8 月至103 年7 月，(計畫主持人)。計畫經費:264,000元整。
11. 黃識銘，「組織雙元兼顧能力與網絡能力對雙元兼顧創新能力與績效之影響」(The Impact of Organizational Ambidextrous Capabilities and Network Capabilities on Ambidextrous Innovation Capabilities and Performance)，國科會研究計畫，NSC-99-2410-H-218-004-MY2，民國99 年8 月至101 年7 月，(計畫主持人)。(多年期計畫)計畫經費:分別為502,000元整、491,000元整，二年共993,000元整。
12. 黃識銘，「關係黑暗面對關係品質與關係績效的影響-社會交換觀點」，國科會研究計畫(The Impact of Dark Side of Relationship on Relationship Quality and Relationship Performance-A View from Social Exchange Theory), NSC-97-2410-H-218-009，民國97 年8 月至98 年7 月(計畫主持人)。計畫經費:465,000元整。
13. 黃識銘，「關係結合策略與品牌利益策略對品牌關係強度及品牌忠誠度之影響」(The Impact of Relationship Bond Strategy and Brand Benefit Strategy on Brand Relationship Strength and Brand Loyalty)，國科會研究計畫，NSC-96-2416-H-218-014，民國96 年 8 月至97 年7 月(計畫主持人)。計畫經費：423,000元整。

其他部會計畫

1. 111 年度社工學分班第七屆第一期(35001112002-CE)，計劃經費:334,442 元整。(20230101-20230318)
2. 111 年度社工學分班第七屆第二期(3500G1112031)，計劃經費:455,391 元整。(20230325-20230702)
3. 111 年度社工學分班第七屆第三期(350011121012-CE)，計劃經費:421,195 元整。(20230708-20230827)
4. 110 年度社工學分班第六屆第一期(35001102063-CE)，計劃經費:690,360 元整。(20211227-20220320)
5. 110 年度社工學分班第六屆第二期(35001102086-CE)，計劃經費:496,290 元整。(20220326-20220619)
6. 111 年度社工學分班第六屆第三期(35001102106-CE)，計劃經費:351,268 元整。(20220625-20220911)
7. 111 年度社工學分班第六屆第四期(35001111025-CE)，計劃經費:267,708 元整。(20220918-20221231)
8. 107 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-「創業管理與行動學習」，12001070202-EDU。計畫經費:1,055,556 元整。(20180801-20190731)，共同主持人。
9. 107 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-「募資實戰學習」，12001070201-EDU。計畫經費:333,334 元整。(20180801-20190731)，共同主持人。
10. 108 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-創業管理與行動學習，12001080243-EDU。計畫經費:1,055,556 元整。(20190801-20200731)，共同主持人。
11. 108 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-募資實戰學習，12001080244-EDU。計畫經費:333,334 元整。(20190801-20200731)，共同主持人。
12. 109 學年度大專校院推動創新創業教育計畫，21001090228-EDU。計畫經費:2,950,000 元整。(20200801-20210731)，共同主持人。
13. 110 學年度大專校院推動創新創業教育計畫，12001100189-EDU。計畫經費:2,950,000 元整。(20210801-20220731)，共同主持人。

14. 110 年度產業學院計畫-數位轉型與整合行銷建構精進師生實務職能方案，35001100253-EDU，3500-110P037。計畫經費:209,000 元整。(20210801-20220731)
15. 110 年度社工學分班第五屆第四期(35001101034-CE) 3500-110P044，計畫經費:468,693 元整。(20210704-20210930)
16. 110 年度產業學院計畫-數位轉型與整合行銷溝通建構精進師生實務職能方案，3500110253-EDU，3500110P037。計畫經費:209,000 元整。(20210901-202210731)
17. 110 年度社工學分班第五屆第三期(35001101006-CE) 3500-109P030，計畫經費:696,300 元整。(20210704-20210930)
18. 109 年度社工學分班第五屆第二期(35001092028-CE) 3500-109P023，計畫經費:823,600 元整。(20210403-20210630)
19. 109 年度社工學分班第五屆第一期(35001091042-CE) 3500-109P016，計畫經費:788,900 元整。(20210105-20210331)
20. 109 年度產業學院計畫-品牌規劃與數位行銷精進師生實務職能方案，35001090263-EDU，3500109P006。計畫經費:264,000 元整。(20200901-20210731)
21. 108 年度社工學分班第四屆第四期(35001091027-CE) 108 3500-109P011，計畫經費:781,000 元整。(20200905-20201130)
22. 109 學年度補助大專院校辦理就業學程計畫「智慧冷鏈管理學程」108 3500-108P040，計畫經費:1,000,000 元整。(20200801-20210731)
23. 108 年度社工學分班第四屆第三期(35001082120-CE) 108 3500-108P050，計畫經費:581,000 元整。(20200601-20200831)
24. 108 年度社工學分班第四屆第二期(35001082085-CE) 108 3500-108P724，計畫經費:378,300 元整。(20200104-20200531)(疫情延後兩月)
25. 107 年度社工學分班第四屆第一期(35001081058-CE) 108 3500-108P033，計畫經費:315,300 元整。(20191012-20191229)
26. 107 年度社工學分班第三屆第四期(35001072150-CE) 108 I000-108P653，計畫經費:371,200 元整。(20190701-20191006)
27. 107 年度第三屆第三期社會工作學分班(35001072122-CE) 107 I000-107P617，計畫經費:264,900 元整。(20190420-20190714)
28. 107 年度第三屆第二期社會工作學分班(計畫編號 107-I000-107P593)合約編號 35001072087-CE)，計畫經費:302,300 元整。(20190105-20190330)

29. 107 年度第三屆第一期社會工作學分班(341060350)3500-105P066，計劃經費:311,400 元整。(20181006-20181230)
30. 105 年度「產業學院計畫」第二年計畫－門市服務與零售人才培訓(731060196-GP-2)，計劃經費:330,000 元整。(20170801-20180731)
31. 106 年度社工學分班第三期(341060350)3500-105P066，計劃經費:296,800 元整。(20170406-20170731)
32. 105 年度社工學分班第一期(341050451)3500-105P053，計劃經費:211,600 元整。(20160701-20161231)
33. 教育部產業學院計畫 105 年度產業學院計畫-門市服務與人才培訓學分學程(341050142-GP)，計劃經費:445,000 元整。(20160801-20170731)
34. 教育部產業學院計畫 104 年度產業學院計畫-創新零售管理學分學程(721040135-GP)，計劃經費:445,000 元整。(20150801-20160731)
35. 102 學年度技專校院開設學生校外實習課程計畫(341020122-GP)，計劃經費:4,316,400 元整。(20130601-20140630)
36. 教育部計畫型獎助案補助技專校院開設校外實習課程計畫 101 年(341010097-GP)，計劃經費:3,682,800 元整。(20120601-20130630)102 年度結合大專院校辦理就業服務補助計畫(341020028-GP)，計劃經費:77,300 元整。(20130606-20131015)
37. 101 年度「協助大專校院提升青年就業力-各項工作計畫」341010025-GP，計劃經費:131,000 元整。(20120416-20120417)
38. 結合大專校院辦理就業服務補助計畫(341010041-GP)，計劃經費:88,800 元整。(20120326-20120528)
39. 100 學年度技專校院開設學生校外實習課程計畫(35100068-GP)，計劃經費:3,260,400 元整。(20110601-20120630)
40. 協助大專校院提升青年就業力-各項工作計畫「職涯領航、迎向未來」生涯工作坊(341000023-GP)，計劃經費:113,500 元整。
41. 結合大專校院辦理就業服務補助計畫(341000018-GP)，計劃經費:101,250 元整。(20110304-20110630)
42. 96 學年度至 98 學年大專畢業生至企業職實習方案(方案 1-1)(350990176-GP)，計劃經費:25,287,500 元整。(20100901-20110531)
43. 補助技專校院開設校外實習課程計畫 99 年(160990081-GP)，計劃經費:2,970,000 元整。(20100601-20110630)

44. 99 年度「結合大專校院辦理就業服務補助計畫」(350990177-GP)，計畫經費:194,990 元整。(20100428-20101007)
45. 企業產學計畫品牌與整合行銷規劃(340980199)，計畫經費:120,000 元整。(20100501-20110228)
46. 政府產學計畫 97-98 年度為民服務意見調查(340970215)，計畫經費:99,400 元整。(20090601-20091030)

學術期刊論文:

1. 黃識銘、蔡雅玲、陳淑慧(2023), 「品牌體驗對品牌忠誠的影響: 品牌認同與品牌滿意的雙中介效果與網絡外部的負向干擾」, 管理與系統, 第 30 卷第 1 期, 71-114 頁(TSSCI)
2. 黃識銘、王怡強、顏妙庭、范凱棠(2022)。「顧客準備對價值共創之影響: 共同生產與關係品質的中介效果」, 管理與系統, 第29卷1期(1月), 85-116。(TSSCI)
3. Chen, Tien Li, Lai, Wei Chun and **Huang, Shyh-Ming** (2021). The impact of museum's brand power on active visitor engagement: The dual mediating effect of playfulness and brand resonance. *The International Journal of the Inclusive Museum*, 15(1)(12 月), 145-163. doi:10.18848/1835-2014/CGP/v15i01/145-163. (Scopus)
4. Huang, C. C., Tsay, C. Y., Fang, S. C., & **Huang, S. M.** (2021). A Contingency Model in Establishing Brand Loyalty: Relationship Age as a Moderator. *Corporate Reputation Review*, (11 月), 1-14. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00131-7> (Scopus)
5. 黃識銘、邱美倫(2021)。「體驗行銷能提升品牌忠誠? 中介與干擾效果混合之影響」, 南臺學報社會科學類, 第 5 卷第 1 期(6 月), 17-37。
6. Huang, C. C., & **Huang, S. M.** (2020). External and internal capabilities and organizational performance: Does intellectual capital matter?" *Asia Pacific Management Review*, 25(2)(6 月), 111-120. [TSSCI] **【 Corresponding Author 】** (NSC-99-2410-H-218-004-MY2) <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2019.12.001>
7. 黃識銘、范凱棠(2019)。「師徒職涯功能對工作績效之影響: 中介與干擾的混合影響」, 管理學報, 第 36 卷第 1 期 (3 月), 83-116。(TSSCI) (MOST 104-2410-H-218-007 and MOST 106-2622-H-262 -002 -CC3 (通 訊 作 者) DOI : [10.6504/JMBR.201903_36\(1\).0004](https://doi.org/10.6504/JMBR.201903_36(1).0004)
8. 黃識銘(2017)。「品牌形象對品牌忠誠的建構: CAC 中介路徑擴展模式」, 管理學報, 第 34 卷第 1 期 (3 月), 1-29。(TSSCI) (MOST 103-2410-H-218-006) doi:[10.6504/JOM.2017.34.01.01](https://doi.org/10.6504/JOM.2017.34.01.01) (通訊作者)
9. 黃識銘(2017)。「品牌關係型態對品牌忠誠的影響: 服務主導邏輯與關係行銷觀點」, 商略學報。第 9 卷第 3 期 (9 月), 207-232。(MOST 103-2410-H-218-006) (通訊作者) [10.3966/207321472017090903004](https://doi.org/10.3966/207321472017090903004)
10. **Huang, Shyh-Ming**, Fang, Shyh-Rong, Fang, Shih-Chieh, & Huang, Chao-Chin, (2016). The Influences of Brand Benefits on Brand Loyalty: Intermediate Mechanism. *Australian Journal of Management*, 41(1)(2 月), 141-160. (2015 SSCI, IF=1.400, rank 89/192=46.35%) (NSC-102-2410-H-218-022) doi: 10.1177/0312896214553516 (2016 SSCI, IF=1.483, rank 109/193=56.476%)

11. 黃識銘、余泰魁(2014)。「重要客戶管理之關係連結對調適銷售、關係品質與工作滿意之影響」，*中山管理評論*，第 22 卷第 2 期(6 月)，271-322。(TSSCI) DOI: 10.6160/2014.06.01 (NSC-97-2410-H-218-009)
12. Huang, Chao-Chin, Fang, Shih-Chieh, Huang, Shyh-Ming, Chang, Shao-Chi Fang, Shyh-Rong (2014). The Impact of Relational Bonds on Brand Loyalty: The Mediating Effects of Brand Relationship Quality. *Managing Service Quality*, 24(2)(4 月), 184-204. (Corresponding Author) (2014 SSCI, IF=1.054, rank 103/185=55.68%)
(2015 SSCI, IF=1.286, rank 96/192=50.00%) (NSC-96-2416-H-218-014)
<http://dx.doi.org/10.1108/MSQ-04-2013-0072>
<http://www.emeraldinsight.com/doi/abs/10.1108/MSQ-04-2013-0072>
2016 年改為 *Journal of Service Theory and Practice* (rank 139/193=72.02% , IF=1.098)
13. 黃識銘(2011)。「關係補救與關係修補對關係價值的影響-以信任為中介變數」，*商略學報*，第 3 卷第 4 期(12 月)，251-267。(通訊作者)
http://ijcs.atec.org.tw/WebSite/zh_TW/Overview.aspx
14. 黃識銘(2010)。「網特性對創新能力與績效之影響」，*南台學報*，第 35 卷第 4 期(12 月)，141-153。(通訊作者)
15. 方世榮、方世杰、楊舒蜜、黃識銘(2011)。「多層級網絡結構特性對探索型與應用型創新之影響」，*中山管理評論*，第 19 卷第 3 期(9 月)，735-774。(TSSCI) (通訊作者) (2013 第三屆聯電經營管理論文獎 優等獎) <http://mgtr.cm.nsysu.edu.tw/>
16. 黃識銘(2010)。「網特性對創新能力與績效之影響」，*南台學報*，第 35 卷第 4 期(12 月)，141-153。(通訊作者)
17. 黃識銘、方世榮、楊舒蜜(2010)。「品牌利益對品牌忠誠度之影響-品牌關係品質與顧客關係品質的中介效果」，*管理與系統*，第 17 卷第 3 期(7 月)，373-402。(TSSCI) (通訊作者) NSC-96-2416-H-218-014
<http://web.it.nctu.edu.tw/~ibm/jms/abstract/1703.html>
DocID=10239863-201007-201010180091-201010180091-373-402
18. 方世榮、彭彥群、張雍昇、黃識銘(2009)。「以關係張力探討關係光明面與關係黑暗面」，*管理學報*，第 26 卷第 4 期(8 月)，445-469。
(TSSCI)http://jom.management.org.tw/search_detail.php?gid=140
19. 黃識銘與方世榮(2008)。「服務補救策略的研究—關係行銷的觀點」，*管理與系統*，15 卷第 1 期(1 月)，頁 1-31。(TSSCI)(通訊作者)
20. 黃識銘與方世榮(2006)。「市場導向、關係行銷能力與顧客知識管理能力對企業資本

- 之影響」，**管理評論**，第 25 卷第 2 期(4 月)，頁 29-60。(TSSCI)(通訊作者)
21. **黃識銘**與余泰魁(2006)。「關係連結與未來關係互動之研究-關係品質中介效果」，**管理與系統**，第 13 卷第 3 期(7 月)，頁 265-292。(TSSCI)
 22. 余泰魁與**黃識銘**(2005)。「供應商銷售人員工作滿意量表之建構」，**人力資源管理學報**，第 5 卷第 3 期(秋季號)，頁 49-77。
 23. **黃識銘**、方世榮(2005)。「統治機制、專屬性資產與關係策略對關係績效之影響」，**中原企管評論**，第 3 卷第 1 期(6 月)，頁 39-60。(通訊作者)(年度最佳論文獎)
 24. 方世榮、張嘉雯、**黃識銘**(2003)。「組織間關係長期導向之影響因素的探討—中小企業特質的干擾作用」，**台灣管理學刊**，第 3 卷第 1 期(2 月)，頁 101-124。
 25. **黃識銘**、方世榮(2003)。「行銷通路成員之夥伴關係長期導向與組織間績效之研究」，**管理評論**，第 22 卷第 2 期(4 月)，頁 55-85。(TSSCI)(通訊作者)

黃識銘曾授課之課程

大學部:

行銷管理	消費者行為	行銷通路管理	零售業經營與管理
行銷研究	服務業管理	行銷企劃實作	廣告企劃實作
廣告管理	商業心理學	品牌管理	管理學
策略管理	服務業行銷	銷售管理	促銷策略與管理
職場學	銷售管理	統計學	文案寫作
創業精神與管理	創業入門	創業實作	零售 4.0 概論
數位行銷	創新管理	零售 4.0	

研究所:

關係行銷	品牌管理	策略管理	組織變革與管理 (EMBA)
顧客關係管理	行銷管理	消費者行為	企業政策(EMBA)
廣告管理	領導與企業倫 理(EMBA)	策略性流通管 理	企業研究方法(EMBA)

社工學分班:社會福利行政、社會研究法、社會統計、社區工作、社會學、
社會工作概論等

指導學生獲獎

獲獎名稱	獲獎日期	頒獎機構	獲獎等第	參與人員	獲獎事蹟
2019 第十二屆崇越論文大賞	2019/08/03	台灣管理學會、崇越科技公司	優良論文獎	顏妙婷	優良論文獎-(管理論文組)
2019 結合臺南市善化區地方特色加值競賽	2019/6/15	台南市政府	佳作	郭聿紋、李奇峻、李宗勳	2019 結合臺南市善化區地方特色加值-沈光文文創娛樂用品競賽
2016 沈光文文創家飾設計競賽	2016/10/22	台南市政府	銀獎	陳亭儒、沈家偉	2016 結合臺南市善化區地方特色加值-沈光文文創家飾設計競賽
2016 沈光文文創家飾設計競賽	2016/10/22	台南市政府	佳作	陳旻儀、張思婷、蘇芯卉、王宜芃	2016 結合臺南市善化區地方特色加值-沈光文文創家飾設計競賽
重建社會價值活動企劃書活動-南都豐田尋找小天使活動	2015/12/02	Toyota 南都汽車股份有限公司	優等	林景文,周欣薇,鄭仲亨,黃筑	重建社會價值活動企劃書活動-南都豐田尋找小天使活動
2015 崇越論文大賞競賽	2015/08/01	台灣電子商務學會	碩士論文行銷組優等	顏致豪	關係斷裂、品牌依附對品牌忠誠及品牌寬恕的關聯模式
2014 TBSA 全國大專創新企劃競賽	2014/05/21	社團法人台灣商務策劃協會	佳作	吳宜臻、林高弘、王奕婷、王韻雅	創業企劃組(來治猩猩的你)
2013 第十六屆全國經營管理實務專題競賽行銷策略管理類	2013/05/19	國立雲林科技大學	第二名	吳昭賢、林佳岫、張靖宜	品牌依附與品牌信任對品牌忠誠之影響
2012 崇越論文大賞競賽	2012/07/22	台灣電子商務學會	碩士論文組佳作	胡閎智	高階管理團隊對雙元創新能力與新產品績效-組織寬裕資源干擾效果
2012 年行銷資料分析競賽	2012/05/16	南台商管學院	第二名	蘇佩鵬、張羽涵、謝依伶、陳姿秀、車文忠	EICP 行銷資料庫分析(台鹽海洋鹼性離子水-體內環保簡單樂活)
創新營運模式構想發掘產學合作電子商務個案競賽	2011/11/25	財團法人資訊工業策進會、國立中興大學行銷系	國外市場組優選	林妙霓、何靜宜、張幼慈、黃靜宜	GOGO JAPAN
2010 崇越論文大賞競賽	2010/07/25	台灣電子商務學會	碩士論文組佳作	李雅萍	關係補救與關係修補對關係價值之影響-以競合關係為干擾
2010 全國門市營運	2010/06/04	勤益科技大學	第三名	黃靖宜、廖翌系、	賣場規劃設計與氣氛營造組(美廉社進化論)

創意大賽				謝朝議、陳怡 婷、柯俊任
2010年行銷資料分析競賽	2010/06/04	南台商管學院	第二名	薛育倫、吳聖凱、林致翔、林馨蕾 EICP行銷資料庫分析(雞精變現金)
2010年商管學院學生專題製作競賽	2010/04/28	商管學院	【行銷管理】佳作	王怡雯,黃彬凱,汪博軒 品牌社群與認同度對忠誠度之影響
2010年商管學院學生專題製作競賽	2010/04/28	商管學院	【行銷管理】佳作	黃強菁,吳佩芳,陳建興,徐振翔,邱泰辰 體驗行銷與品牌形象利益對品牌忠誠度之影響
樂活創意企劃競賽	2009/12/25	德霖技術學院	第四名	陳宜婷,蔡佳玲,白儀霜,黃思綺 灰啡煙滅
2009全國門市營運創意大賽	2009/06/26	國立勤益科技大學	佳作	姜雅齡,黃偉慈,黃憶雯,何冠緯 商品行銷組(驚動乳"林" "鳳" 獻心力 "營" 造獲利)
商管兩院學生專題製作競賽	2008/05/21	商管學院	行銷管理類-第二名	羅沁絨,羅婉茹,許容菁,蔡瑩臻,林芳好,黃靖 人格購物傾向對滿意、信任與行為意向之影響
「創造高雄新文化-打造水雉的新家」	2003/07/01	教育部及成功大學	獲得最佳企劃書獎第二名和最佳貢獻獎	張苑真、賴麗君、標靜蓉、陳曉萍、李振福 「創造高雄新文化-打造水雉的新家」

個人獲獎榮譽:

1. **2013 第三屆聯電經營管理論文獎，優等獎**，2013，「多層級網絡結構特性對探索型與應用型創新之影響」，*中山管理評論*，第 19 卷第 3 期(9 月)，735-774。(TSSCI)(通訊作者)(2013.05.29)
2. 第十三屆經濟部中小企業博碩士論文獎，博士組 佳作。論文題目:「**關係黑暗因子對關係績效的影響-社會交換理論觀點**」。(2008.11.04.)
3. 「**關係連結對關係品質影響之研究:調適銷售與工作滿意之內部行銷角色**」，2007 企業管理國際學術論壇暨研討會，中興大學企業管理學系主辦。2007 年 7 月 5 日。(獲行銷組最佳論文獎)
4. 「**統治機制、專屬性資產與關係策略對關係績效之影響**」，2005，*中原企管評論*，第三卷第一期，頁 39-60。(年度最佳論文獎)

學術會議論文:

1. 邱美倫、黃識銘、余珍慧，2021，「探索加油站行業忠誠度計畫的前因與後果」，第十六屆企業國際化理論與實務學術研討會，2021年12月17日。台南市:長榮大學第三教學大樓3樓。
2. 黃識銘、沈詩雯，2022，「知覺智慧科技、價值共創投入與心流體驗對購物結果與黏著度的影響」，2022年商管決策與實務研討會，台南市:南臺科技大學企業管理系，2022年05月12日。臺科技大學修齊大樓(E棟)13樓-念慈國際會議廳。
3. 黃識銘、胡芸卉，2022，「顧客品牌關係、顧客參與準備及共同生產對價值共創的影響」，2022年商管決策與實務研討會，台南市:南臺科技大學企業管理系，2022年05月12日。臺科技大學修齊大樓(E棟)13樓-念慈國際會議廳。
4. 黃識銘、莊勝雄、王宣涵，2021，「顧客品牌關係對價值共創的影響:共創價值體驗與共同生產的中介效果」，2021商管決策與實務研討會，2021年5月14日。台南市:南臺科技大學會計資訊系、行銷流通管理系。
5. 黃識銘、王瑄霈，2021，「品牌體驗對品牌忠誠的影響:品牌認同與品牌滿意的雙中介效果與網絡外部的負向干擾」，2021商管決策與實務研討會，2021年5月14日。台南市:南臺科技大學會計資訊系、行銷流通管理系。
6. 黃識銘、莊勝雄、鄭道立，2020，「真誠領導對工作幸福感之影響:工作敬業與員工教練關係的角色」，2020第十七屆服務業管理暨創新研討會，2020年6月10日。台南市:南臺科技大學企業管理系。
7. 黃識銘、陳信宏、陳佳宏，2020，「關係型態、品牌認同、品牌滿意及品牌信任對品牌聲望之影響」，2020第十七屆服務業管理暨創新研討會，2020年6月10日。台南市:南臺科技大學企業管理系。
8. 黃識銘、邱明琦、吳欣育，2020，「品牌關係型態與品牌投入對品牌忠誠-以從眾行為干擾之研究」，2020第十七屆服務業管理暨創新研討會，2020年6月10日。台南市:南臺科技大學企業管理系。
9. 黃識銘、邱美倫、黃麗珍，2020，「品牌形象對品牌忠誠之影響:品牌體驗與共創價值體驗之中介效果」，2020第十七屆服務業管理暨創新研討會，2020年6月10日。台南市:南臺科技大學企業管理系。
10. 黃識銘、吳方雄、王建焜，2019，「領導風格與工作滿意對工作績效的影響」，修平科技大學管理學院2019智慧商業應用與實務研討會，2019年10月24日。台中市:修平科技大學管理學院。台中市:修平科技大學管理學院。
11. 黃識銘、黃璽容，2018，「貼圖價值、網路外部性、網路互動性與社群認同對黏著度之影響」，2018工業管理與資訊應用創新研討會，2018年11月28日。台南市:南臺科技大學工業管理與資訊系。台南市:南臺科技大學E棟13樓。
12. 黃識銘、陳信宏、方友宏，2018，「品牌形象對品牌忠誠之影響:多中介模式」，2018工業管理與資訊應用創新研討會，2018年11月28日。台南市:南臺科技大學工業管理與資訊系。台南市:南臺科技大學E棟13樓。

13. **黃識銘**、吳宜靜，2018，「品牌形象對品牌忠誠之影響:品牌信任、品牌情感與品牌投入的中介效果」，2018 工業管理與資訊應用創新研討會，2018 年 11 月 28 日。台南市:南臺科技大學工業管理與資訊系。台南市:南臺科技大學 E 棟 13 樓。
14. **黃識銘**、顏妙庭，2018，「科技準備度對共同生產與價值共創之影響」，2018 工業管理與資訊應用創新研討會，2018 年 11 月 28 日。台南市:南臺科技大學工業管理與資訊系。台南市:南臺科技大學 E 棟 13 樓。
15. **黃識銘**，2018，「品牌體驗對品牌忠誠的影響:品牌認同與品牌滿意的雙中介效果」，2018 工業管理與資訊應用創新研討會，2018 年 11 月 28 日。台南市:南臺科技大學工業管理與資訊系。台南市:南臺科技大學 E 棟 13 樓。(榮獲電商與行銷類第一名)
16. **黃識銘**，2018，「師徒功能與領導風格對工作績效影響:工作滿意及工作就業之中介影響」，2018 工業管理與資訊應用創新研討會，2018 年 11 月 28 日。台南市:南臺科技大學工業管理與資訊系。台南市:南臺科技大學 E 棟 13 樓。(榮獲其他類佳作)
17. **黃識銘**、侯昆利，2018，「品牌形象對台灣文創園區品牌忠誠的影響:品牌信任與品牌滿意的中介效果」，2018 南臺科技大學休閒事業管理系學術研討會，2018 年 5 月 26 日。台南市:南臺科技大學休閒事業管理系。
18. **黃識銘**、黃仲正、吳方雄，2018，「領導風格對組織績效的影響:組織承諾與工作滿意的中介效果」，2018 年全國商業管理與創新研討會暨競賽，2018 年 6 月 1 日。新北市:龍華科技大學管理學院。
19. **黃識銘**、李志綱、郭重明、吳筑婷，2018，「消費價值對精品品牌購買意圖之影響」，2017 南臺科技大學休閒事業管理系新南向政策學術研討會，2017 年 10 月 28 日。台南市:南臺科技大學休閒事業管理系。
20. **黃識銘**、莊勝雄、江茂田，2017，「品牌認同對品牌忠誠度之影響--關係品質之中介效果」，2017 南臺科技大學財金會計暨商管決策應用研討會，2017 年 5 月 18 日。台南市:南臺科技大學。
21. **黃識銘**、莊勝雄、許鳳真，2017，「情緒勞務及敬業貢獻對工作倦怠與離職傾向之影響-以幼兒教保服務人員為例」，2017 第十二屆企業國際化理論與實務學術研討會，2017 年 6 月 2 日。台南市:長榮大學。
22. **黃識銘**、黃文宏、郭艷玉，2017，「品牌體驗、品牌信任、品牌滿意與品牌投入對品牌忠誠之影響」，2017 第十二屆企業國際化理論與實務學術研討會，2017 年 6 月 2 日。台南市:長榮大學。
23. **黃識銘**、蔡雅玲、郭志雄，2017，「創業動機、外在環境與創業能力對創業績效之影響」，2017 第十二屆企業國際化理論與實務學術研討會，2017 年 6 月 2 日。台南市:長榮大學。
24. **黃識銘**、莊勝雄、林秀貞，2016，「領導型態與倫理兩難對工作績效之影響-情緒勞務的中介效果」，2016 工業管理與資訊應用創新研討會，2016 年 11 月 28 日。台南市:南臺科技大學。(佳作)
25. **黃識銘**，2016，「服務破壞與組織承諾對工作績效之影響-情緒勞務的中介效果」，2016 工業管理與資訊應用創新研討會，2016 年 11 月 28 日。台南市:南臺科技大學。

(佳作)

26. 黃識銘、林秀貞，2016，「領導型態對工作績效之影響-情緒勞務的中介效果」，第13屆服務業管理暨創新研討會，2016年5月13日。台南市:南臺科技大學。(優等獎)
27. 黃識銘、林芸瑩，2016，「品牌體驗與品牌認同對品牌投入、品牌信任與黏著度關係之影響」，2016第十一屆企業國際化理論與實務研討會暨第八屆南區管理碩士論文研討會，2016年5月27日。台南市:長榮大學。
28. 黃識銘、郭芯芸，2016，「品牌體驗、品牌投入、品牌認同對顧客滿意和忠誠之影響」，第13屆服務業管理暨創新研討會，2016年5月13日。台南市:南臺科技大學。
29. 黃識銘、郭虹汝，2015，「咖啡店氣氛對顧客忠誠之影響-信任的中介作用」，2015南台科技大學休閒事業管理系學術研討會，2015年11月28日。台南市:南臺科技大學。
30. 黃識銘、黃祥鳳，2015，「應用科技接受模式於有機產品購買行為意圖之研究」，2015南台科技大學休閒事業管理系學術研討會，2015年11月28日。台南市:南臺科技大學。
31. 黃識銘、吳宜臻，2015，「影響咖啡店信任之前因與後果」，2015南台科技大學休閒事業管理系學術研討會，2015年11月28日。台南市:南臺科技大學。
32. 黃識銘、張淑媛，2014，「品牌形象對品牌忠誠的影響-品牌信任與品牌愛慕的中介效果」，2014工業管理與資訊應用創新研討會，2014年11月21日。台南市:南臺科技大學。(第三名)
33. 黃識銘、邱茗惠，2014，「品牌依附與品牌信任對品牌忠誠的影響」，2014工業管理與資訊應用創新研討會，2014年11月21日。台南市:南臺科技大學。(佳作獎)
34. 黃識銘、吳郁宸、張榕峻，2014，「高階經營團隊之行為整合、關係學習與市場導向對新產品績效之影響」，2014財金會計暨商管決策研討會，2014年5月2日，台南市。
35. 黃識銘、陳柏蓉、許世運，2014，「品牌依附與品牌信任對態度忠誠之影響」，2014財金會計暨商管決策研討會，2014年5月2日，台南市。
36. 黃識銘、顏致豪、王俊清，2014，「市場導向、行銷能力與創新能力對新產品績效之影響」，2014財金會計暨商管決策研討會，2014年5月2日，台南市。
37. 黃識銘、謝鎮宇，2013，「目的地意象、地方依附對國際觀光夜市顧客忠誠之影響-顧客關係傾向為干擾變數」，2013銘傳觀光國際研討會-觀光產業新光點與服務創新，2013年3月16日。台北市。
38. 黃識銘、謝鎮宇、單揚哲，2013，「體驗行銷對品牌依附及品牌忠誠之影響-品牌形象為干擾變數」，2013年產業創新與經營學術研討會，2013年3月16日。彰化縣埤頭鄉。
39. 黃識銘、吳家銘，2012，「關係學習、關係能力與創新能力對關係績效之影響」，2012年太平洋企業論壇暨商業技術教育研討會，2012年5月4日。台南市。

40. 黃識銘、王俊清，2012，「市場導向、行銷能力與創新能力對新產品績效之影響」，2012年太平洋企業論壇暨商業技術教育研討會，2012年5月4日。台南市。
41. 黃識銘、劉旭修，2012，「關係學習與關係能力對關係績效之影響：以關係記憶為干擾」，2012年太平洋企業論壇暨商業技術教育研討會，2012年5月4日。台南市。
42. Chao-Chin Huang, **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang, Shih-Chieh Fang, Shao-Chi Chang, 2011, "A Study of Relational Bonds on Brand Loyalty; The Mediating Effects of Brand Relationship Quality," 53rd Annual Meeting of the Academy of International Business, Japan, Nagoya, June 24-28, 2011.
43. Chao-Chin Huang, **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang, Shih-Chieh Fang, Shao-Chi Chang, 2011, "Toward Brand Loyalty: Two Bridges of Brand and Customer Relationship Quality," 2011 Academy of Marketing Science Annual Conference, USA, FL, May 24-28, 2011.
44. 黃識銘、陳韻璇、黃盈裕，2011，「品牌形象利益對品牌忠誠度之影響」，2011全球商業經營管理學術研討會，2011年5月6日。
45. 黃識銘、何函芸，2011，「品牌社群、品牌認同度與忠誠度關聯性之研究-負面口碑之干擾」，2011企業經營與行銷管理學術研討會，樹德科技大學管理學院、研究發展處主辦，樹德科技大學企業管理系、行銷管理系承辦，樹德科技大學國際企業與貿易系、金融與風險管理系、休閒事業管理系、休閒遊憩與運動管理系、運籌管理系、經營管理研究所協辦，2011年1月5日。
46. 黃識銘、陳映彤，2010，「品牌社群對品牌忠誠度之影響-品牌認同度之中介效果」，2010工業工程與管理年會暨學術研討會-開創工業工程與管理新紀元，中國工業工程學會主辦，南台科技大學商管學院、管理與資訊系、工業工程研究所承辦，國科會工程科技推廣中心，2010年12月25日。(獲佳作獎)
47. 黃識銘，2010，「虛擬社群成員合購動機對合購行為之影響:以電子口碑為干擾變數」，2010工業工程與管理年會暨學術研討會-開創工業工程與管理新紀元，中國工業工程學會主辦，南台科技大學商管學院、管理與資訊系、工業工程研究所承辦，國科會工程科技推廣中心，2010年12月25日。(獲優勝獎)
48. 黃識銘、李雅萍，2010，「關係補救與關係修補對關係價值的影響」，2010全球環境巨變下的企業新契機研討會，社團法人中華民國管理科學學會主辦，財團法人豐群基金會協辦，2010年12月18日。
49. 黃識銘、胡閔智，2010，「自行車品牌社群、關係品質與忠誠度關聯性之研究」，2010第六屆企業國際化理論與實務研討會議程，長榮大學國際企業學系(所)、EMBA高階管理碩士在職專班主辦，航運管理系(所)、財務金融學系、會暨資訊學系，指導單位:教育部，2010年11月19日。
50. 黃盈裕、黃識銘、董湘湘、陳泓欽，2010，「體驗行銷、知覺價值、信任、承諾、滿意度與顧客維繫之關係探討」，2010第13屆科技整合管理研討會，東吳大學企業管理系主辦，2010年6月26日。

51. 李雅萍、黃識銘，2009，「購買虛擬寶物人格特質對關係品質與行為意向之影響」，2009 行銷與物流管理實務研討會，興國管理學院主辦，2009 年 5 月 27 日。
52. 黃識銘、沈伊玲、郭怡欣、黃中信、賈致源、張依舜，2009，「購買虛擬寶物人格特質對關係品質與行為意向之影響-以線上遊戲成癮為干擾」，2009 台灣商管理論與實務研討會，遠東科技大學主辦，2009 年 5 月 9 日。
53. Wei-Hsing Chang, Shyh-Rong Fang, **Shyh-Ming Huang**, 2008, "Social Networks and Firm Performance," Academy of Management Annual Meeting in Anaheim, USA, Aug, 11.
54. **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang, Shu-Mi, Yang and Jie-Kai, Tzeng, 2007, "The Impact of Organizational Capabilities on Intellectual Capital and Organizational Performance," Asia Academy of Management Professional Development Workshop and Reception at the Academy of Management Meeting, Philadelphia, USA, August, 5. (獲國科會補助機票費用)
55. 黃識銘，蔡豪佑與李宜娟，2007，「物質主義對網路購物成癮之影響:認知型態的干擾效果」，2007 年中華民國商業流通研討會，主辦單位:國立高雄第一科技大學管理學院，2007 年 5 月 18 日。
56. 黃識銘，李雅婷與張雅茹，2007，「強迫性購買對網路購物成癮之影響:涉入程度干擾效果的影響」，2007 年中華民國商業流通研討會，主辦單位:國立高雄第一科技大學管理學院，2007 年 5 月 18 日。
57. 黃識銘，蔡明真與馬瑋涵，2007，「購物成癮與網站特性對購買意向的影響:上網預期效果之干擾」，2007 年中華民國商業流通研討會，主辦單位:國立高雄第一科技大學管理學院，2007 年 5 月 18 日。
58. 黃識銘，李雅婷，張雅茹，2007，「強迫性購買對網路購物成癮之影響」，2007 年管理學術國際研討會，主辦單位:行政院消費者保護委員會，立德管理學群，2007 年 5 月 18 日。
59. 黃識銘，黃為國，謝佳芳，2007，「網路購物成癮與網站特性對購買意向與忠誠度的影響」，2007 年管理學術國際研討會，主辦單位:行政院消費者保護委員會，立德管理學群，2007 年 5 月 18 日。
60. 黃識銘與方世榮，「關係連結對關係品質影響之研究:調適銷售與工作滿意之內部行銷角色」，2007 企業管理國際學術論壇暨研討會，中興大學企業管理學系主辦。2007 年 7 月 5 日。(獲行銷組最佳論文獎)
61. **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang and Ming-Chung Chuang, 2006, "The Effects of Relationship Marketing Capabilities and Customer Knowledge Managerial Capabilities on Enterprise Capital," The R & D Management Conference Taiwan 2006, Taipei and Hsinchu, Taiwan, November 8-11.
62. 黃識銘與方世榮，2006，「品牌利益、品牌關係品質與顧客關係品質對品牌忠誠度之影響-顧客關係傾向的干擾效果」，第三屆服務業管理暨創新學術論文研討會，南台科技大學企業管理系主辦，2006 年 11 月 2-3 日。

63. 黃識銘、郭雅欣，2006，「市場導向與組織能力對智慧資本之影響」，第四屆全國當代行銷學術研討會，國立高雄第一科技大學行銷流通管理系主辦，2006年5月19日。
64. 黃識銘、陳玉翎、賴茹娟，市場導向與市場知識管理能力、顧客知識管理能力對組織績效之影響，2006管理學術研討會，立德管理學院管理學群，台南立德管理學院，2006年5月12日。
65. 黃識銘、塗婉吟，2006，「網站特性與關係行銷對購買意向之影響」，第四屆跨領域管理學術與實務研討會，台中東海大學主辦，2006年3月25日。
66. 黃識銘、方世榮，2006，「品牌利益、品牌關係品質與顧客關係品質對品牌忠誠度之影響」，2006企業管理學術論壇暨研討會，國立中興大學企業管理系主辦，2006年3月23日。
67. 方世榮、黃文宏、黃識銘，2005，「法理契約與非法理契約對加盟店合作績效的影響」，2005中華民國科技管理學會年會季論文研討會，成功大學主辦，2005年12月9日-10日。
68. 黃識銘、余泰魁、吳桂森，2005，「銷售人員調適銷售與關係品質前因與後果之研究」，2005中華民國科技管理學會年會季論文研討會，成功大學主辦，2005年12月9日-10日。
69. 吳桂森、李能慧、黃識銘、余泰魁，「銷售人員與客戶關係品質之研究」，2005管理與技術國際學術研討會，雲林縣斗六市，2005年9月5日。
70. 黃文宏、黃識銘與吳秉育，2005，「關係連結模式對關係品質、品牌關係與顧客忠誠度之影響」，2005年管理學術研討會，立德管理學院管理學群主辦，教育部協辦，2005年5月26日。
71. 黃識銘、林玉真與林雨璋，2005，「影響品牌權益之因素—關係行銷的觀點」，2005年管理學術研討會，立德管理學院管理學群主辦，教育部協辦，2005年5月26日。
72. 黃文宏、黃識銘、吳秉育、余旻薇與李逸菲，2005，「關係連結模式對關係品質、品牌關係與品牌權益之影響」，2005第九屆科技整合管理研討會，東吳大學企業管理系主辦，2005年5月28日。
73. 黃識銘、方世榮，2005，「品牌形象利益、關係利益對品牌忠誠度影響之研究-顧客-品牌關係品質與顧客-人員關係品質的中介效果」，台北大學商學院主辦，2005台灣行銷研討會，2005年4月16-17日。
74. 黃識銘、方世榮，2005，「市場導向、關係行銷能力與顧客知識管理能力對企業資本之影響」，中正大學行銷研究所主辦，第三屆全國當代行銷研討會，2005年3月25-26日。
75. 黃識銘、余泰魁、吳桂森，2004，「事業銷售人員調適銷售模式之建構」，嶺東技術學院、北京首都經貿大學主辦，2004年兩岸財經學術研討會，2004年10月27日。
76. 吳桂森、黃識銘、余泰魁，2004，「銷售人員採用調適銷售與關係行銷手法對工作滿意的關係」，崑山科技大學主辦，2004年5月28日。
77. 黃識銘、劉彩鳳、余泰魁，2004，「銷售人員工作滿意量表之建構」，2004年國際

- 學術研討會，銘傳大學主辦，2004 年 3 月 12 日。
78. 余泰魁、黃識銘、劉彩鳳，2004，「線性結構模式交叉效度檢定—以虛擬社群線上行為模式為例」，2004 年國際學術研討會，銘傳大學主辦，2004 年 3 月 12 日。
 79. 黃識銘、吳曉萍、廖玉紅、薛芬婷、吳佩蓉、陳宏澤，2003，「消費購物態度、網站特性對網購行為之研究」，2003 年電子商務經營管理研討會，逢甲大學主辦，2003 年 12 月 3 日。
 80. 黃識銘、陳宏昇、林淑媚、李枝珍、柯煥明、唐麗舒，2003，「金融控股公司關係結合模式與關係品質對顧客忠誠度之影響」，2003 年電子商務經營管理研討會，逢甲大學主辦，2003 年 12 月 3 日。
 81. 方世榮、張嘉雯、黃識銘，2002，「競爭策略、市場導向、供應商涉入與新產品開發績效關係之探討」，2002 年企業管理與社會科學的跨領域研討會，東海大學主辦，2002 年 11 月 23 日。
 82. 方世榮、黃識銘，2001，「關係鏈市場導向對關係品質與關係行為的影響-觀念性架構與命題」，第三屆亞太管理學術研討會，2001 年 5 月 8-9 日。
 83. 黃識銘、方國定，2001，「價值觀與消費態度對購物行為影響之實證研究」，2001 年企業管理與社會科學的跨領域研討會，東海大學主辦，2001 年 5 月 4-5 日。
 84. 方世榮、黃識銘，2000，「國際行銷通路管理-化妝品業」，第五屆台灣企業個案研討會，2000 年 5 月 4 日。輯於蔡瑞明主編，「行銷通路與物流管理-台灣經驗與企業經營發展」個案集 NO3，華泰書局，2002 年，頁 97-225。
 85. 廖淑伶、黃識銘，1999，「台灣地區世代的價值觀、消費態度與消費行為」，第二屆華夏文化與現代管理國際學術研討會，香港城市大學主辦，1999 年 12 月 6 日。
 86. 黃識銘，1995，「台灣地區飲料及通路發展概況及未來趨勢之探討」，亞太地區飲料產業研討會，中興大學與台灣區果蔬汁工業同業公會主辦，中國農村經濟學會與中興大學夜間部企管學系協辦，1995 年 5 月 30 日。

指導學生

碩士班:

1. 111 年度。「社群商務對黏著度的影響：社群認同與社群投入為中介與網絡外部為干擾的混合影響」研究生：王瑄霈(2022.07 畢業)。
2. 111 年度。「品牌體驗、社會支持及社群商務對成員幸福感之影響：社群投入之中介效果」(研究生：王宣涵)(2022.07 畢業)。
3. 111 年度。「購後後悔對再購意願及品牌轉換的影響-品牌滿意和正向口碑為中介效果」(研究生:胡莖卉)(2022.07 畢業)
4. 111 年度。「直播內容對黏著度之影響:直播主吸引力與顧客體驗之中介效果」(研究生:沈詩雯)(2022.07 畢業)。
5. 110 年度。「品牌關係型態與品牌投入對品牌忠誠的影響:從眾行為干擾效果之研究」(研究生：吳欣育)(2021.01 畢業)。
6. 110 年度。「關係型態對學校品牌聲望之影響：品牌認同、品牌滿意及品牌信任之中介角色」(研究生：陳佳宏)(2021.01 畢業)。
7. 110 年度。「品牌形象對品牌忠誠之影響：品牌體驗與共創價值體驗之中介效果」(研究生：黃麗珍)(2021.01 畢業)。
8. 110 年度。「真誠領導對工作幸福感之影響：員工教練關係與工作敬業的中介與干擾角色」(研究生：鄭道立)(2021.01 畢業)。
9. 109 年度。「台南市休閒育樂業經營策略分析」(學生：林綉惠)(2020.07 畢業)。(EMBA 第十四屆)
10. 109 年度。「房屋仲介業採用資訊科技之經營策略:以 Y 公司為例」(學生：周家洋)(2020.07 畢業)。(EMBA 第十四屆)
11. 109 年度。「關係結合對品牌忠誠之影響:顧客感激、品牌滿意與品牌信任的中介影響」(學生：柳綾偶)(2020.07 畢業)。
12. 109 年度。「精品咖啡店創業之商業模式探討」(學生：黃子涵)(2020.01 畢業)。
13. 109 年度。「真誠領導對留職意願的影響:工作敬業與工作滿意的中介效果」(學生：王建焜)(2020.01 畢業)。
14. 108 年度。「品牌形象對品牌忠誠的影響:品牌信任、品牌情感與品牌投入的中介角色」(學生:吳宜靜)(2019.07 畢業)。
15. 108 學度。「品牌形象對品牌忠誠的影響:多中介模式」(學生:方友宏)(2019.07 畢業)。
16. 108 學度。「貼圖價值、網絡外部性、互動性與社群認同對黏著度之影響」(學生:黃璽容)(2019.07 畢業)。
17. 108 學度。「顧客準備度、共同生產、關係品質對價值共創之影響」(學生:顏妙庭)(2019.06 畢業)。(2019 崇越論文大賞競賽 管理論文碩士組 優良論文獎)
18. 107 學年度。「品牌形象對台灣文創園區品牌忠誠的影響:品牌信任與品牌滿意的中介效果」(學生:侯坤利)(2018.07 畢業)。
19. 107 學年度。「理性購買與衝動購買對購後認知失調的影響:心理契約的中介效果」(學生:林玲華)(2018.7 畢業)。(EMBA 第十三屆)

20. 107 學年度。「消費價值對購買意圖的影響:品牌真實與品牌愛慕之中介小果」(學生:吳筑婷)(2018.6 畢業)。
21. 107 學年度。「領導風格對工作績效的影響:組織承諾與工作滿意的中介效果」(學生:吳方雄)(2018.6 畢業)。
22. 106 學年度。「品牌認同對品牌忠誠度之影響:關係品牌之中介效果」(學生:江茂田)(2017.12 畢業)。
23. 106 學年度。「台商廚具品牌投資越南之策略分析:以 K 公司為例」(學生:林冠廷)(2017.12 畢業)。(EMBA 第十二屆)
24. 106 學年度。「台商廚具品牌展模式之探討:以 K 公司為例」(學生:黃淑秋)(2017.6 畢業)。(EMBA 第十二屆)
25. 106 學年度。「網路社群使用者對社群購物心流體驗之前因後果」(學生:吳宜臻)(2017.5 畢業)。
26. 106 學年度。「品牌真實性對品牌忠誠之影響:多重中介模式」(學生:郭虹汝)(2017.5 畢業)。
27. 106 學年度。「情緒勞務及敬業貢獻對工作倦怠與離職傾向之影響-以幼兒教保服務人員為例」(學生:許鳳真)(2017.6 畢業)。
28. 106 學年度。「品牌體驗、品牌信任、品牌滿意與品牌投入對品牌忠誠之影響」(學生:郭艷玉)(2017.6 畢業)。
29. 106 學年度。「創業動機、外在環境與創業能力對創業績效之影響」(學生:郭志雄)(2017.6 畢業)。
30. 105 學年度。「品牌體驗與品牌認同對品牌投入、品牌信任與黏著度關係之影響」(學生:林芸瑩)(2017.01.畢業)。
31. 105 學年度。「領導型態與倫理兩難對就業力與工作績效之影響-情緒勞務的中介效果」(學生:林秀貞)(2015.06.畢業)。
32. 105 學年度。「整合科技接受模式與計畫行為模式對有機產品購買意圖之研究」(學生:黃祥鳳)(2016.06.畢業)。
33. 105 學年度。「品牌體驗、品牌投入、品牌認同對顧客滿意和忠誠之影響」(學生:郭芯妘)(2016.06.畢業)。
34. 104 學年度。「關係斷裂、品牌依附對品牌忠誠及品牌寬恕的關聯模式」(學生:顏致豪)(2015.06.畢業)。『(2015 崇越論文大賞競賽 管理論文碩士組 優良論文獎)』
35. 104 學年度。「網絡鑲嵌對雙元創新能力、關係學習與組織績效的影響」(學生:吳郁宸)(2015.06.畢業)。
36. 104 學年度。「關係連結與領導風格對品牌忠誠之影響:以關係品質為中介干擾」(學生:吳嘉純)(2015.06.畢業)。(EMBA 第十一屆)
37. 103 學年度。「組織承諾與情緒勞務對工作績效之影響-服務破壞的干擾」(學生:邱茗惠)(2015.01.畢業)。
38. 103 學年度。「品牌形象對品牌忠誠之影響-以品牌愛慕及品牌信任為中介」(學生:張淑媛)(2015.01.畢業)。
39. 102 學年度。「組織學習與組織承諾對工作績效之影響-組織變革的干擾效果」(學生:賴佳宏)(2014.05.畢業)。(EMBA 第十屆)

40. 102 學年度。「資訊品質、關係品質與關係網絡對購屋意願關係之影響」(學生: 洪鼎輝)(2014.05.畢業)。(EMBA 第十屆)
41. 102 學年度。「市場導向、創新能力與行銷能力對組織績效之影響」(學生: 林正平)(2014.05.畢業)。(EMBA 第十屆)
42. 102 學年度。「組織承諾與工作滿足對工作績效之影響-組織變革的干擾效果」(學生: 呂竿廠)(2014.05.畢業)。(EMBA 第十屆)
43. 102 學年度。「師徒關係、團隊凝聚力、工作滿意對留職意願之關聯性研究-以大台南地區房仲業為例」(學生: 白晉昌)(2014.05.畢業)。(EMBA 第十屆)
44. 101 學年度。「品牌依附與品牌信任對態度忠誠度之影響」(學生: 許世運)(2013.07.畢業)。(EMBA 第九屆)
45. 101 學年度。「商展策略與關係學習對商展績效之影響:以關係學習能力為干擾變數」(學生: 涂均維)(2013.07.畢業)。
46. 101 學年度。「體驗行銷對品牌依附及品牌忠誠之影響-品牌形象為干擾變數」(學生: 單揚哲)(2013.01 畢業)。(國企所)
47. 101 學年度。「目的地意象、地方依附對國際觀光夜市顧客忠誠之影響-顧客關係傾向為干擾變數」(學生: 謝鎮宇)(2013.01 畢業)。(國企所)
48. 100 學年度。「品牌形象對顧客滿意度與顧客忠誠度之影響-以台南市百貨公司為例」(學生: 歐松憲)(2012.07.畢業)。(EMBA 第八屆)
49. 100 學年度。「台灣餐飲服務品質與顧客滿意對顧客忠誠之研究-以牛肉麵店為例」(學生: 黃冠彰)(2012.07.畢業)。(EMBA 第八屆)
50. 100 學年度。「補習班行銷能力與品牌信任對顧客忠誠度之影響」(學生: 林裕仁)(2012.07.畢業)。(EMBA 第八屆)
51. 100 學年度。「關係連結與品牌態度對顧客忠誠度之影響-以口碑及顧客關係傾向為干擾」(學生: 黃雅琪)(2012.06.畢業)。
52. 100 學年度。「高階管理團隊對雙元創新能力與新產品績效之影響-組織寬裕資源與雙元兼具組織干擾效果」(學生: 胡閔智)(2012.06.畢業)。(2012 崇越論文大賞競賽管理論文碩士組 佳作獎)。
53. 100 學年度。「口碑對品牌信任與品牌承諾之影響-以品牌依附與關係修補為干擾效果」(學生: 陳映彤)(2012.05.畢業)。
54. 100 學年度。「品牌信任與品牌依附對品牌強度之影響-以認知型態及廣告訴求為干擾效果」(學生: 陳韻璇)(2012.05.畢業)。
55. 100 學年度。「關係學習、關係信任與關係知識庫對關係績效之影響-TMT 行為複雜性的干擾效果」(學生: 何函芸)(2012.05.畢業)。
56. 100 學年度。「消費者-品牌關係斷裂對品牌態度與購買意願之影響」(學生: 賴建銘)(2012.05.畢業)。
57. 100 學年度。「高階經營團隊之行為整合、關係學習與市場導向對新產品績效之影響」(學生: 張榕峻)(2012.01.畢業)。
58. 100 學年度。「關係學習、關係記憶與創新能力對關係績效之影響」(學生: 吳家銘)

- (2012.01.畢業)。
- 59.100 學年度。「關係學習與關係能力對關係績效之影響-以關係記憶為干擾」(學生: 劉旭修)(2012.01.畢業)。
- 60.100 學年度。「市場導向、行銷能力與創新能力對新產品績效之影響」(學生: 王俊清)(2012.01.畢業)。
- 61.99 學年度。「關係連結與關係品質對顧客忠誠度之影響—以轉換成本、關係慣性及顧客關係傾向為干擾」(學生: 陳正翰)(2011.01.畢業)。
- 62.98 學年度。「關係補救與關係修補對關係價值的影響:以競合關係為干擾」(學生: 李雅萍), (2010.06.畢業)。(2010 崇越論文大賞競賽 管理論文碩士組 佳作獎)。
- 63.98 學年度。「虛擬社群成員合購動機對合購行為之影響:以電子口碑為干擾變數」(學生: 呂芳儀)。(2010.06.畢業)
- 64.98 學年度。「內部行銷對士氣之影響:組織承諾之中介效果與領導部屬交換關係之干擾效果」(學生: 詹焜鎰)。(2010.01.畢業)

指導學生

大學部:

1. **109 學年度**。「以 TAM 模型探討外送平台使用意願」(學生: 蔡雨辰、蔡豐岑、施柏成、黃珮瑄)(2021.05.)。
2. **108 學年度**。「以 TAM 模型探討行動支付使用意願」(學生: 劉子瑄、張玉蓉、王振凱、洪椿輝)(2020.05.)。
3. **107 學年度**。「顧客信任、顧客滿意與從眾行為對購買意願之影響:以購物網站為例」(學生: 呂依樺、游椀竹、王品雯、孫譽嘉)(2019.05.)。
4. **106 學年度**。「以 TAM 模式探討手機支付 APP 之使用意願」(學生: 劉家豪、陳泓熹)(2018.06.)。
5. **106 學年度**。「早午餐主題式服務之研究」(學生: 黃奕綸、趙旌裕、陳冠瑜、陳嘉瑩)(2018.06.)。
6. **105 學年度**。「以 TAM 模式探討 instagram 之黏著度」(學生: 林宛儒、鍾旻玲、林筠晶、陳翊晴)(2017.06.)。
7. **104 學年度**。「儲值塑膠貨幣科技接受模式之研究」(學生: 陳南州)(2016.06.畢業)。
8. **104 學年度**。「LINE 貼圖使用意向之研究」(學生: 施皓軒、張皓評、陳偉泰)(2016.06.畢業)。
9. **104 學年度**。「行動支付科技接受模式之研究」(學生: 蔡文賢、翟毅凡)(2016.06.畢業)。
10. **104 學年度**。「購物動機與品牌愛慕對幸福感之影響:從眾行為的干擾效果-以台南吃到飽餐廳為例」(學生: 黃筑、周欣薇、鄭仲亨、林景文)(2016.06.畢業)。
11. **103 學年度**。「影響咖啡店的信任之前因與後果」(學生: 王韻雅、吳宜臻、林高弘、王奕婷)(2015.06.畢業)。
12. **102 學年度**。「品牌情感對品牌忠誠之影響-品牌依附的中介效果與同輩從眾的干擾效果」(學生: 林見歡、馬于筑、謝佳玲)(2014.06.畢業)。
13. **101 學年度**。「品牌依附與品牌信任對品牌忠誠之影響」(學生: 吳昭賢、林佳岫、張靖宜)(2013.06.畢業)。(獲**2013 第十六屆全國經營管理實務專題競賽行銷策略管理類第二名**)
14. **100 學年度**。「以 TAM 模式探討代餐食品之購買意向」(學生: 林妙霓、張瑋禎、張幼慈)(2012.06.畢業)。
15. **99 學年度**。「品牌關係品質對品牌忠誠度的影響—人格特質的干擾作用」(學生: 洪智圍、劉葦菝、陳佳貴)，獲**系上評比第一名**。
16. **99 學年度**。「虛擬社群成員團購動機對團購行為之影響:以口碑及關係強度為干擾變數」(學生: 王雅玲、董佩華、涂智鈞、林建宏)，獲**系上評比佳作**。
17. **99 學年度**。「體驗行銷與知覺價值及風險對忠誠度之影響:正負口碑的干擾效果」(學生: 許智堯、高怡真、林哲豪、涂智彥)。

18. 98學年度。「以TAM 模式探討Facebook 的使用」(學生: 莊庭瑋、林佳慧、廖鴻傑)。
19. 98學年度。「自行車品牌社群、社群認同度、關係品質、與忠誠度關聯性之研究-正負口碑之干擾體驗」(學生: 王怡雯、劉玟君、黃彬凱、葉亭君、汪博軒、胡閔智), **商管兩院學生專題製作競賽佳作**。
20. 98學年度。「體驗行銷與品牌形象利益及促銷活動對品牌忠誠度之影響」(學生: 徐振翔、黃強菁、邱泰辰、吳佩芳、陳建興、王筱萍), **商管兩院學生專題製作競賽佳作**。
21. 97學年度。指導學生:「購買虛擬寶物的人格特質對關係品質與行為意向之影響-以線上遊戲成癮與網路外部性為干擾」(學生: 郭怡欣、沈依玲、蘇倏瑩、賈致源、張伊舜、黃中信)。**獲系上評比第一名**。
22. 96學年度。指導學生: 人格購物傾向對滿意、信任與行為意向之影響-網路購物成癮的干擾作用(學生: 羅沁絨、羅婉如、許容菁、黃靖、蔡瑩臻、林芳妤)。**獲系上評比第二名。商管兩院學生專題製作競賽第二名**。
23. 95學年度。指導學生:「物質主義及強迫性購買對網路購物成隱之影響以涉入程度及認知型態為干擾變數」(學生: 蔡豪佑、李宜娟、張雅茹、李雅婷)。**獲系上評比第一名**。
24. 95學年度。指導學生: 網路購物成癮與網站特性對購買意向的影響-上網預期效果之干擾(學生: 黃為國、謝佳芳、蔡明真、馬瑋涵、劉文珊、梅昕瑜)。**獲系上評比佳作**。
25. 94學年度。指導學生:「市場導向、組織能力對智慧資本與績效的影響」。(學生: 陳玉翎、郭雅欣、莊翔惠、賴茹娟)。**獲系上評比佳作**。
26. 93學年度, 指導專題:「時報旅遊網」, 參加活動名稱: 時報金犢獎競賽「企劃類競賽」, 中國時報主辦。(學生: 蔡希駿、董良瑩)。
27. 93學年度, 指導學生專題:「關係連結策略、關係品質、品牌關係與品牌權益關聯性之研究」。**獲系上評比佳作**。(學生: 余湘玲、李逸菲、林玉真、林雨樟)。
28. 93學年度, 指導學生專題:「關係行銷、品牌關係對關係品質與顧客忠誠度之影響」。(學生: 吳雅雯、謝宜珊、林佳菱、徐浚程、陳筱雯)。
29. 92學年度, 指導學生專題:「促銷性廣告類型、廣告訴求對廣告效果影響之研究-品牌聯想、個人認知風格、產品涉入程度與品牌權益之干擾效果」。**獲系上評比第三名**。(學生: 鄭佳偉、劉育菁、洪文心、蔡希駿、陳治源)。
30. 91學年度, 指導專題:「開發青年新生活、塑造台灣新未來-青年生活關懷企劃案」, 參加活動名稱: 無限夢想, 創意競賽「全國大專學生非營利事業創意行銷企劃案競賽」, 教育部及成功大學主辦。(學生: 周恆祺、周佳蓉、黃珠娟、郭心蘭)。
31. 91學年度, 指導專題:「消費購物態度對知覺風險、網站特性及網路購物行為之探討」,**獲系上評比第二名**。(學生: 吳曉萍、廖玉紅、薛芬婷、吳佩蓉、林宏澤)。
32. 91學年度, 指導專題:「消費者行為與品牌關係之研究-以速食碗麵為例」。(學生: 周恆祺、羅佩如、周佳蓉、李良勝、黃珠娟、沈華芳)。

33. 91學年度，指導專題：「金融控股公司關係結合模式與關係品質對顧客忠誠度之影響」，獲系上評比佳作。(學生：陳宏昇、林淑媚、李枝珍、柯煥明、唐麗舒)。
34. 91學年，指導專題：「創造高雄新文化-打造水雉的新家」，獲得最佳企劃書獎第二名和最佳貢獻獎。參加活動名稱：無限夢想，創意競賽「全國大專學生非營利事業創意行銷企劃案競賽」，教育部及成功大學主辦。(學生：張苑真、賴麗君、標靜蓉、陳曉萍、李振福)。
35. 90學年度，指導專題：「交通流量、消費者行為與滿意度對商圈影響之探討-以台南新天地為例」，獲系上評比第一名。(學生：廖姿香、楊宗穎、王玉如、李智龍、許依婷)。
36. 90學年度，指導專題：「健康休閒俱樂部會員生活型態與滿意度研究」，(學生：夏莉雯、邱心慧、梁秀娟、黃韻玲、王秀莉、許治蘋)。

<i>Huang, Shyh-Ming (黃識銘)</i>		
Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University of Science Technology No. 1, Nan-Tai Street, Yongkang Dist., Tainan City 71005, Taiwan	Office: T1128 ☎: 886-6-2533131 ext.8328 ☎: 886-6-2430771 ✉: paulh@stust.edu.tw	

Education

- Ph.D., Business Administration, Chung-Hsing University, 2008/6.
- Executive Master of Business Administration Program College of Management, Yuan-Ze University, 1999/6.
- Master of Sociology, Department of Sociology, School of Liberal Arts and Social Science, Soochow University, 1984/6.

Area of Specialty

Marketing Management, Brand Management, Advertising Management, Marketing Channel Management, Marketing Plan, Strategy Management.

Work Experience

- Professor and Chair, Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University, 2018/8 to present.
- Professor, Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University, 2016/8 to present.
- Associate Professor, Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University, 2008/8 to 2016/7.
- Lecturer, Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University, 2000/8 to 2008/7.
- Director, Career Development & Alumni Center, Southern Taiwan University of Technology of Science, 2010/05/25 to 2013/07/31.
- Associate Professor, Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University of Technology of Science, 2008/8 to present.
- Lecturer, Department of Marketing & Logistic, Southern Taiwan University, 2000/8 to 2008/7.
- Vice President, Victor Advertising Co., 1999/07/01 to 2000/09/30.
- Vice President, ICAN Intellectual Assess Network Company, 1993/06/01 to 1999/06/30.
- Assist General Manager, G. Crown Company, 1991/12/01 to 1993/05/31.

- Senior Manager, Dick Ocean Advertising Co., 1988/07/21 to 1991/11/30.
- Specialist, King Car Group, 1986/07/15 to 1988/06/20.

Publications

Journal Papers:

1. **Huang, Shyh-Ming**, Tsai, Ya-Ling and Chen, Shu-Hui, (XXXX). The Impact of Brand Experience on Brand Loyalty: The Dual Mediating Effect of Brand Identity and Brand Satisfaction, and Negative Moderating Effect of Network Externalities. (*Journal of Management & Systems*, XX(XX), XXX-XXX. (TSSCI) (Accept)
2. **Huang, Shyh-Ming**, Wang, I-Chiang, Yan, Miao-Ting, and Fan, Kai-Tang, (2022). The Impact of Consumer Readiness on Value Co-Creation: The Mediating Effect of Co-Production and Relationship Quality. *Journal of Management & Systems*, 29(1), 85-116. (TSSCI)
3. Chen, Tien-Li, Lai, Wei-Chun, and **Huang, Shyh-Ming**. (2022). The Impact of Museum's Brand Power on Visitor Active Engagement: The Dual Mediating Effect of Playfulness and Brand Resonance, *The International Journal of the Inclusive Museum*, 15(1), 145-163. (Scopus)
4. **Huang, Shyh-Ming** and Chiu, Mai-Lun (2021). Can Experience Marketing Increase Brand Loyalty? The Impact of Mixed Effects of Mediation and Moderation, *Journal of Southern Taiwan University of Science and Technology (Social Science)*, 5(1)(6 月), 17-37.
5. Huang, C. C., Tsay, C. Y., Fang, S. C., & **Huang, S. M.** (2021). A Contingency Model in Establishing Brand Loyalty: Relationship Age as a Moderator. *Corporate Reputation Review*, (11 月), 1-14. <https://doi.org/10.1057/s41299-021-00131-7> (Scopus)
6. Huang, C. C., & **Huang, S. M.** (2020). External and internal capabilities and organizational performance: Does intellectual capital matter?" *Asia Pacific Management Review*, 25(2)(6 月), 111-120. [TSSCI] 【 **Corresponding Author** 】 (NSC-99-2410-H-218-004-MY2) <https://doi.org/10.1016/j.apmr.2019.12.001>
7. **Huang, Shyh-Ming and Fan, Kai-Tang** (2019), "The Impact of Mentoring Vocational Function on Job Performance: The Mixed Effect of Mediating and Moderating," *Journal of Management*, Vol. 36, No. 1, 83-116. [TSSCI] 【 **Corresponding Author** 】 (in Chinese) (MOST 104-2410-H-218-007 and MOST 106-2622-H-262 -002 -CC3)
8. **Huang, Shyh-Ming** (2017), "The Impact of Brand Relationship Types on Brand Loyalty : The Perspective of Service-Dominant Logic and Relationship Marketing," *International Journal of Commerce and Strategy*, *International Journal of Commerce and Strategy*, Vol. 9, No. 3 , 207-232. 【 **Corresponding Author** 】 (MOST 103-2410-H-218-006)
9. **Huang, Shyh-Ming** (2017), "Exploring a Missing Link for the Brand Image Effect on Brand Loyalty: The Mediated Path of the CAC Extending Model," *Journal of Management*, Vol. 34, No. 1, 1-29. [TSSCI] 【 **Corresponding Author** 】 (in Chinese) (MOST 103-2410-H-218-006)
10. **Huang, Shyh-Ming**, Fang, Shyh-Rong, Fang, Shih-Chieh, & Huang, Chao-Chin (2016), "The Influences of Brand Benefits on Brand Loyalty: Intermediate Mechanism,"

Australian Journal of Management, Vol. 41, No. 1, 141-160. (2014 SSCI, IF=1.000, rank 109/185 = 58.92%, 2015 SSCI, IF=1.400, rank 89/192=46.35%) (NSC-102-2410-H-218-022)

11. Chao-Chin Huang, Shih-Chieh Fang, **Shyh-Ming Huang**, Shao-Chi Chang, Shyh-Rong Fang (2014), “The Impact of Relational Bonds on Brand Loyalty: The Mediating Effects of Brand Relationship Quality,” *Managing Service Quality*, Vol. 24, No.2, pp. 184-204. (Corresponding Author) (2014 SSCI, IF=1.054, rank 103/185=55.68%, 2015 SSCI, IF=1.286, rank 96/192=50.000%) (NSC-96-2416-H-218-014)
12. **Huang, Shyh-Ming** and Yu, Tai-Kuei (2014), “The Impact of Relationship Bonds on Adaptive Selling, Relationship Quality and Job Satisfaction on Key Account Management,” *Sun Yat-sen Management Review*, Vol.24, No. 2(4 月), 184-204. NSC-97-2410-H-218-009 [TSSCI] (in Chinese)
13. **Huang, Shyh-Ming** (2011), “The Impact of Relationship Recovery and Relationship Repair on Relationship Value- The Mediating Role of Trust,” *International Journal of Commerce and Strategy*, 3(4), 251-266. 【Corresponding Author】 (in Chinese)
14. Fang, Shyh-Rong, Fang, Shyh-Chieh, Yang, Shu-Mi and **Huang, Shyh-Ming** (2011), “The Impact of Structural Approach of Multilevel Network on Explorative and Exploitative Innovation,” *Sun Yat-sen Management Review*, 19(3), 735-774. [TSSCI] 【Corresponding Author】 (in Chinese)
15. **Huang, Shyh-Ming** (2010), “The Impact of Network Characters on Innovative Capabilities and Performance,” *Journal of Southern Taiwan University*, 35(4), 141-153. 【Corresponding Author】 (in Chinese)
16. **Huang, Shyh-Ming**, Fang, Shyh-Rong and Yang, Shu-Mi (2010), “The Influence of Benefit on Brand Loyalty: The Mediating Effects of Brand Relationship Quality and Customer Relationship Quality,” *Journal of Management & Systems*, 17(3), 373-402. [TSSCI] 【Corresponding Author】 (in Chinese) NSC-96-2416-H-218-014
17. Fang, Shyh-Rong, Peng, Yan-Chiun, Chang, Yong-Sheng and **Huang, Shyh-Ming** (2009), “Using Tensions-Based View to Investigate the Light Side of Relationships and the Dark Side of Relationships,” *Journal of Management*, 26(4), 445-469. (TSSCI) (in Chinese)
18. **Hunag, Shyh-Ming** and Fang, Shyh-Rong (2008), “A Study of Service Recovery Strategy- A Relationship Marketing’s Perspective,” *Journal of Management & Systems*, 15(1), 1-31. [TSSCI] 【Corresponding Author】 (in Chinese)
19. **Hunag, Shyh-Ming** and Fang, Shyh-Rong (2006) “The Effects of Market Orientation, Relationship Marketing Capabilities and Customer Knowledge Managerial Capabilities on Enterprise Capital,” *Management Review*, 25(2), 29-60. [TSSCI] 【Corresponding Author】 (in Chinese)
20. **Hunag, Shyh-Ming** and Yu, Tai-Kuei (2006), “A Study of Relationship Bonds and the Interaction of Future Relationships: The Mediate Effects of Relationship Quality,” *Journal*

- of Management & Systems, 13(3), 265-292. [TSSCI] (in Chinese)
21. Yu, Tai-Kuei and **Huang, Shyh-Ming** (2005), "Salespeople's Job Satisfaction: The Development of a Multiple Items Scale," Journal of Human Resource Management, 5(3), 49-77. (in Chinese)
 22. **Huang, Shyh-Ming** and Fang, Shyh-Rong (2005) "An Impact of Governance Mechanisms and Relationship Strategies on Asset Specificities and Relationship Performance," Chunh Yuan Management Review, 3(1), 39-60. (The Best Awards Paper in 2005) **【Corresponding Author】** (in Chinese)
 23. Fang, Shyh-Rong, Chang, Chia-Wen and **Huang, Shyh-Ming** (2003), "A Study on the Antecedents of IOR Long-Term orientation- Small and Medium Enterprises' Moderating Role," Taiwan Academy of Management Journal, 3(1), 101-124. (in Chinese)
 24. **Huang, Shyh-Ming** and Fang, Shyh-Rong (2003), "Long-Term Orientation Partnership among Marketing Channel Members and Inter-Oriental Performance," Management Review, 22(2), 55-85. [TSSCI] **【Corresponding Author】** (in Chinese)

Conference Papers:

1. Chiu, Mai-Lun, **Huang, Shih-Ming**, Yu Chen-Hui, 2021, Exploring the antecedents and consequence of loyalty program in gas station industry, 2021 The Conference on Theory and Practice of Business Internationalization, Dec. 17, 2021. Tainan City, Chang Jung Christian University.
2. **Huang, Shyh-Ming** and Shen, Shih-Wen, 2022, The Impact of Perceived Smart Technology, Value Co-Creative Engagement and Flow Experience on Purchase Effect and Stickiness, 2022 STUST Conference on Business/Management Decision-making, May 12, 2022, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
3. **Huang, Shyh-Ming**, and Hu, Yun-Hui, 2022, The Impact of Customer Brand Relationship, Customer Participate Readiness and Co-Production on Co-Creative Value , 2022 STUST Conference on Business/Management Decision-making, May 12, 2022, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
4. **Huang, Shyh-Ming**, Chuang, Sheng-Hsiung, and Wang, Xu-Han, 2021, The Impact of Consumer - Brand Relationship on Co-Creative Value: The Mediating Effect of Co-Creative Value Experience and Co-Production, The 2021 Conference on Financial, Accounting, and Business Decision , May, 14, 2021, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
5. **Huang, Shyh-Ming**, and Wang, Xuan-Pei, 2021, The Impact of Brand Experience on Brand Loyalty: The Dual Mediating Effect of Brand Identity and Brand Satisfaction, and Negative Moderating Effect of Network Externality, The 2021 Conference on Financial, Accounting, and Business Decision , May, 14, 2021, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
6. **Huang, Shyh-Ming**, Chuang, Sheng-Hsiung, and Cheng, Tao-Li, 2020, The Influence of Authentic Leadership on Well-Being at Work: The Roles of Work Engagement and Employee Coaching, The 17th conference on service management and innovation, June, 13, 2020, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
7. **Huang, Shyh-Ming**, Chen, Shin-Horng, and Chen, Chia-Huang, 2020, , The Influence of Relationship Types, Brand Identity, Brand Satisfaction and Brand Trust on School's Brand Reputation, The 17th conference on service management and innovation, June, 13, 2020, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
8. **Huang, Shyh-Ming**, Chiu, Ming-Chi, and Wu, Hsin-Yu, 2020, The Impact of Brand Relationship Types and Brand Engagement on Brand Loyalty: The Moderating Effect of Conformity, The 17th conference on service management and innovation, June, 13, 2020, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
9. **Huang, Shyh-Ming**, Chiu, Mai-Lun, and Huang, Li-Chen, 2020, The Impacts of Brand Image on Brand Loyalty: The Mediators of Brand Experience and Co-Creation of Value Experience, The 17th conference on service management and innovation, June, 13, 2020,

Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.

10. **Huang, Shyh-Ming**, and Wang, Chien-Kun, 2019, The impact of leadership style and work satisfaction on work performance, Hsiuping University of Science and Technology, Management College, 2019 Conference on Smart Business Apply and Practice, Oct., 24, 2019, Taichung city, Hsiuping University of Science and Technology, Management College.
11. **Huang, Shyh-Ming**, and Huang, Xi-Rong, 2018, The Impact of Sticker Value, Network External and Network Interaction on Stickiness, The 2018 academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, May, 26, 2018, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
12. Huang, Shyh-Ming, and Wu, Yi-Ching, 2018, The Impact of Brand Image on Brand Loyalty: The Mediating Role of Brand Trust, Brand Affect and Brand Engagement, The 2018 academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, May, 26, 2018, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
13. **Huang, Shyh-Ming**, and Fang, You-Hong, 2018, The Impact of Brand Image on Brand Loyalty: Multi Mediating Model, The 2018 academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, May, 26, 2018, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
14. **Huang, Shyh-Ming**, and Yan, Miao-Ting, 2018, The Impact of Consumer Readiness, Co-Production and Relationship Quality on Value Co-Creation, The 2018 academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, May, 26, 2018, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
15. **Huang, Shyh-Ming**, and Hou, Kun-Li, 2018, The Impact of Brand Image on Brand Loyalty of Taiwan's Cultural Creative Quarter: The Mediating Effects of Brand Trust and Brand Satisfaction, The 2018 academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, May, 26, 2018, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
16. **Huang, Shyh-Ming**, and Wu, Fang-Hsiung, 2018, The impact of Leader style on Work performance: The Mediating Effect of Organizational Commitment and Work satisfaction, 2018Business, Management and Innovation Conference and Competition, January, 1, 2018. ° New Taipei City: Lung-Hwa University of Science and Technology
17. **Huang, Shyh-Ming**, Lee, Chi-Kang, and Kuo, Chung-Ming, Wu, Chu-Ting, 2018, The impact of consumption value on luxury branded purchase intention, 2017 The Academy Conference on Dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management of new Southern orientation policy academy conference, October, 28, 2018, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology. Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology. (ISBN:978-986-5627-35-5)
18. **Huang, Shyh-Ming**, Tsai, Ya-Ling, Kuo, Chih-Hsiung, 2017, The Entrepreneurial Motivation, External Environment, Entrepreneurial Ability, Entrepreneurial Performance, The 12th Conference on Theory and Practice of Business Internationalization, June 2, 2017, Tainan City, Chang Jung Christian University.
19. **Huang Shyh-Ming**, Huang, Wen-Hung, Kuo, Yen-Yu, 2017, The Impact of Brand Experience, Brand Trust, Brand Satisfaction and Brand Engagement on Brand Loyalty, The 12th Conference on Theory and Practice of Business Internationalization, June 2, 2017, Tainan City, Chang Jung Christian University
20. **Huang, Shyh-Ming**, Zhuang, Sheng-Xiong and Hsu, Feng-Chen, 2017 , The Impact of Emotional Labor and Employee Engagement on Burnout and Turnover Intention-A Case Study of Preschool Educator in Taiwan , The 12th Conference on Theory and Practice of Business Internationalization, June 2, 2017, Tainan City, Chang Jung Christian University.

21. **Huang, Shyh-Ming**, Zhuang, Sheng-Xiong, and Chiang, Mao-Tien, 2017, The Influence of Brand Identity on Brand Loyalty – The Mediating Effect of Relationship Quality, 2017 STUST Conference on the Application of FinTech in Finance, Accounting and Business/Management Decision-making, May 18, 2017, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
22. **Huang, Shyh-ming** and Lin, Yun-Ying, 2016, The Impact of the Brand Experience and Brand Identity on Brand Engagement, Brand Trust and Stickiness, 2016 11th Conference on Theories and Practices in International Business & 8th Conference on Management Master Theses in Southern Taiwan, May 27, 2016, Tainan City, Chang Jung Christian University.
23. **Huang, Shyh-Ming**, Sheng-hsiung, Chuang, & Xie-Zhen, Lin, 2016, The impact of leader style and ethical dilemma on job performance: The mediate effect of emotional labor. The 2016 Conference on Industrial and Information exploit and implication, November 28, 2016, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology. (masterpiece).
24. **Huang, Shyh-Ming**, 2016, The impact of service sabotage and organizational commitment on job performance: The mediate effect of emotional labor. The 2016 Conference on Industrial and Information exploit and implication, November 28, 2016, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology. (masterpiece).
25. **Huang, Shyh-Ming**, & Xie-Zhen, Lin, 2016, The impact of leader style on job performance: The mediate effect of emotional labor. 2016 Conference on Industrial and Information exploit and implication, The 13th conference on service management and innovation, March 13, 2016, Taiwan City, Southern Tainan University of Science and Technology. (Best award).
26. **Huang, Shyh-Ming**, & Xie-Yun, Guo, 2016, The impact of brand experience, brand engagement and brand identification on customer satisfaction and loyalty. 2016 Conference on Industrial and Information exploit and implication. The 13th conference on service management and innovation, March 13, 2016, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
27. **Huang, Shyh-Ming**, & Hong-Ru, Guo, 2015, The coffee shop atmosphere influence on customer loyalty. The 2015 academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, November, 28, 2016, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
28. **Huang, Shyh-Ming**, & Xing-Feng, Huang, 2015, The study of application TAM on purchase intention organic products. The 2015 Academy conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, November, 28, 2015, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
29. **Huang, Shyh-Ming**, & Yi-Zhen, Wu, 2015, The antecedent and consequence of influence coffee trust. The 2015 conference on dept. of Leisure, Recreation, and Tourism Management, November, 28, 2015, Tainan City, Southern Taiwan University of Science

and Technology.

30. **Huang, Shyh-Ming**, Yu-Chen, Wu, & Rong-Jun, Zhang, 2014, The Impact of Top Management Team's Behavioral Integration, Relational Learning and Market Orientation on New Product Performance. The 2014 Conference on Financial, Accounting, and Business Decision , May, 2, 2014, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
31. **Huang, Shyh-Ming**, Bo-Rong, Chen, & Shi-Yun, Xu, 2014, The Impact of Brand Attachment and Brand Trust on Attitudinal Loyalty. The 2014 Conference on Financial, Accounting, and Business Decision , May, 2, 2014, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
32. **Huang, Shyh-Ming**, Zhi-Hao, Yan, & Jun-Qing, Wang, 2014, The Impact of Market Orientation, Marketing Capability Innovation Capability on New Product Performance. The 2014 Conference on Financial, Accounting, and Business Decision , May, 2, 2014, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
33. **Huang, Shyh-Ming**, & Shu-Yuan, Zhang, 2014, The impact of brand image on brand loyalty: the mediating effect of brand trust and brand love. The 2014 Conference on Industrial and Information exploit and implication, November 21, 2014, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology. (Third award).
34. **Huang, Shyh-Ming**, & Ming-Hui, Qiu, 2014, The impact of brand attachment on brand trust. The 2014 Conference on Industrial and Information exploit and implication, November 21, 2014, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology. (masterpiece).
35. **Huang, Shyh-Ming**, & Zhen- Yu, Xie, 2013, The impact of destination image and place on customer loyal: The moderating effect of customer relationship prone. The 2013 international conference of Ming-Chuan tourist: The industry new insight and service innovation. November 21, 2013, Taipei City, Ming-Chuan University.
36. **Huang, Shyh-Ming**, Yang-Zhe, Shang, & Zhen- Yu, Xie, 2013, The impact of experience marketing on brand attachment and brand loyalty. The 2013 academy conference of industry innovation and management. March 16, 2013, Changhua County, Ming-Dao University.
37. **Huang, Shyh-Ming**, & Jia-Ming, Wu, 2012, The impact of relationship learn, relationship capability and innovative capability on relationship performance. The 2012 Pacific Ocean enterprise Forum and commerce technology education. May 4, 2012, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
38. **Huang, Shyh-Ming**, & Jun-Qing, Wang, 2012, The impact of market orient, marketing capability and innovative capability on new product performance. The 2012 Pacific Ocean enterprise Forum and commerce technology education. May 4, 2012, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.
39. **Huang, Shyh-Ming**, & Xu-Xie, Liu, 2012, the impact of relationship learn and

relationship capability on relationship performance: The moderating effect of relationship memory. The 2012 Pacific Ocean enterprise Forum and commerce technology education. May 4, 2012, Tainan City, Southern Taiwan University of Science and Technology.

40. Chao-Chin Huang, **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang, Shih-Chieh Fang, Shao-Chi Chang, 2011, A Study of Relational Bonds on Brand Loyalty; The Mediating Effects of Brand Relationship Quality. '53rd Annual Meeting of the Academy of International Business, Japan, Nagoya, 2011/06/24-28.
41. Chao-Chin Huang, **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang, Shih-Chieh Fang, Shao-Chi Chang, 2011, Toward Brand Loyalty: Two Bridges of Brand and Customer Relationship Quality. 2011 Academy of Marketing Science Annual Conference, USA, FL, 2011/05/24-27.
42. Wei-Hsing Chang, Shyh-Rong Fang, **Shyh-Ming Huang**, 2008, Social Networks and Firm Performance. Academy of Management Annual Meeting in Anaheim, USA, Aug ,11.
43. **Shyh-Ming Huang**, Shyh-Rong Fang, Shu-Mi, Yang and Jie-Kai, Tzeng, 2007, The Impact of Organizational Capabilities on Intellectual Capital and Organizational Performance. Asia Academy of Management Professional Development Workshop and Reception at the Academy of Management Meeting, Philadelphia, USA, August, 5.

Dissertation

Huang, Shyh-Ming, 2008, “The Impact of Dark Side of Relationship Factors on Relationship Performance: The Social Exchange Theory Perspective,” Ph.D. Dissertation, Business Administration, National Chung-Hsing University.

Grants

- 1. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Social Commerce and Social Support on Smart Shopping Outcome: The Mediating Effect of Brand Engagement,”** MOST-110-2410-H-218-004, 2021/08/01 2022/07/31, NT\$: 455,000.
- 2. Huang, Shyh-Ming, “The impact of brand relationship types and co-production on cocreative value,”** MOST- 109-2410-H-218-006, 2020/08/01 2021/07/31, NT\$: 480,000.
- 3. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Smart Shopping Tendency and Smart Customer Experience on Outcome of Smart Retailing: The Mixed Effect of Mediating and Moderating”** , MOST 108-2410-H-218-013 · 2019/08/01 to 2020/07/31, NT\$: 638,000.
- 4. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Relationship Bonds and Co-production on Brand Loyalty: The Moderating Effect Network External and Conformity,”** MOST-107-2410-H-218-004, 2018/08/01 to 2019/07/31, NT\$: 489,000.
- 5. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Brand Experience and Brand Engagement on Stickiness Intention: The Integrating Mediation and Moderation Model,”** MOST 106-2410-H-218-003, 2017/08/01 to 2018/07/31, NT\$: 490,000.
- 6. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Mentoring Relationship and Leadership Style on Job Performance: The Mediating Effect of Organizational Commitment, Job Satisfaction and Work Engagement,”** MOST-105-2410-H-218-004, 2016/08/01 to 2017/07/31, NT\$: 400,000.
- 7. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of service sabotage and adaptive selling on job performance- factors of antecedent, mediating and moderating,”** MOST-104-2410-H-218-007, 2015/08/01 to 2016/07/31, NT\$: 502,000.
- 8. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Brand effect and Brand Identification on Brand Loyalty- The Mediating and Moderating Effect of Brand Love and Brand Attachment,”** MOST-103-2410-H-218-006, 2014/08/01 to 2015/07/31, NT\$: 324,000.
- 9. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Brand Attachment and Brand Trust on brand Loyalty,”** NSC-102-2410-H-218-022, 2013/08/01 to 2014/07/31, NT\$: 264,000.
- 10. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Organizational Ambidextrous Capabilities and Network Capabilities on Ambidextrous Innovation Capabilities and Performance,”** NSC-99-2410-H-218-004-MY2, 2010/08/01 to 2012/07/31, NT\$: 993,000. (two years plan)
- 11. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Dark Side of Relationship on Relationship Quality and Relationship Performance-A View from Social Exchange Theory,”**

NSC-97-2410-H-218-009, 2008/08/01 to 2009/07/31, NT\$: 465,000.

12. Huang, Shyh-Ming, “The Impact of Relationship Bond Strategy and Brand Benefit Strategy on Brand Relationship Strength and Brand Loyalty,” NSC-96-2416-H-218-014, 2007/08/01 to 2008/07/31, NT\$: 423,000.

Entrusted Practical Projects

1. **Huang, Shyh-Ming.**2021 Social Worker Division Train Class (6th Class, first section). (35001102063-CE) 3500-110P051 , NT\$:690,360 ◦ (20211227-20220320)
2. **Huang, Shyh-Ming.**2021 Social Worker Division Train Class (6th Class, second section). (35001102086-CE) 3500-110P053 , NT\$:496,290 ◦ (20220326-20220619)
3. **Huang, Shyh-Ming.**2022 Social Worker Division Train Class (6th Class, third section). (35001102106-CE) 3500-G110001 , NT\$::351,268 ◦ (20220625-20220911)
4. **Huang, Shyh-Ming.**2021 Social Worker Division Train Class (5th Class, fourth section). (35001101034-CE) 3500-110P044 , NT\$::**468,693** ◦ (20210704-20210930)
5. **Huang, Shyh-Ming.**2021 year industrial college plan: Digital transformation and Integrated Marketing Communication to dedicate oneself to progress teacher and student project 3500110253-EDU , 3500110P037 ◦ NT\$::209,000 ◦ (20210901-20220731)
6. **Huang, Shyh-Ming.**2021 Social Worker Division Train Class (5th Class, third section). (35001101006-CE) 3500-109P030 , NT\$:**696,300** ◦ (20210704-20210930)
7. **Huang, Shyh-Ming.**2020 Social Worker Division Train Class (5th Class, second section). (35001092028-CE) 3500-109P023 , NT\$::**823,600** ◦ (20210403-20210630)
8. **Huang, Shyh-Ming.** 2020. Social Worker Division Train Class (5th Class, first section). 3500-109P016, 35001091042-CE), NT\$: **788,900** ◦ (2021129-20210731)
9. **Huang, Shyh-Ming.**108 Social Worker Division Train Class (4th Class, fourth section). (35001091027-CE) 108 3500-109P011 , NT\$::**781,000**(20200905-20201130)
10. **Huang, Shyh-Ming.**108 Social Worker Division Train Class (4th Class, third section). (35001082120-CE) 108 3500-108P050 , NT\$::**581,000** ◦ (20200601-20200831)
11. **Huang, Shyh-Ming.**108 Social Worker Division Train Class (4th Class, second section). (35001082085-CE) 108 3500-108P724 , NT\$::**378,300** ◦ (20200104-20200531)(疫情延後兩月)
12. **Huang, Shyh-Ming.**107 Social Worker Division Train Class (4th Class, first section). (35001081058-CE) 108 3500-108P033 , NT\$::**315,300** ◦ (20191012-20191229)
13. **Huang, Shyh-Ming.** 2020. 2020 year industrial college plan: Brand plan and digital marketing to dedicate oneself to progress teacher and student project, 35001090263-EDU, 3500109P006 ◦ NT\$: 264,000. (20200901-20210731)
14. **Huang, Shyh-Ming.** 2019. Social Worker Division Train Class (3th Class, fourth section). 35001091027-CE, 3500-109P011), NT\$: **781,000**, (20200905-20201130)
15. **Huang, Shyh-Ming.** 2019. 109 year to subsidize employee course project. “cold chain management course,108 3500-108P040, NT\$:**1,000,000**. (20200801-20210731)

16. **Huang, Shyh-Ming.** 107 Social Worker Division Train Class (3th Class, fourth section). (35001072150-CE) 108 I000-108P653 , NT\$:**371,200 元整**。(20190701-20191006)
17. **Huang, Shyh-Ming.** 2019. Social Worker Division Train Class (3th Class, third section). Code: 341060350)3500-107P617. 2019/04/20 to 2019/07/14, NT\$: 264,900.
18. **Huang, Shyh-Ming.** 2018. Social Worker Division Train Class (3th Class, second section). Code: 35001072087-CE) 2019/01/05 to 2019/03/30, NT\$: 302,300.
19. **Huang, Shyh-Ming.** 2017. Minster of Education Industrial Collegeplan-105 Year Industrial College Plan-retail Sales Service & Human Resource Train Credit Point Course. (Second year.) Code: 731060196-GP-2. 2017/08/01 to 2018/07/31, NT\$: 330,000.
20. **Huang, Shyh-Ming.** 2017. Social Worker Division Train Class (1th Class, third section). Code: 3500-105P066. 2017/04/06 to 2017/07/31, NT\$: 296,800.
21. **Huang, Shyh-Ming.** 2016. Social Worker Division Train Class (1th Class, first section). Code: 3500-105P053. 2016/07/01 to 2016/12/31, NT\$: 211,600.
22. 107 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-「創業管理與行動學習」, 12001070202-EDU。NT\$:1,055,556 元整。(20180801-20190731), 共同主持人。
23. 107 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-「募資實戰學習」, 12001070201-EDU。NT\$:333,334 元整。(20180801-20190731), 共同主持人。
24. 108 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-創業管理與行動學習, 12001080243-EDU。NT\$:1,055,556 元整。(20190801-20200731), 共同主持人。
25. 108 年度大專校院創新創業扎根計畫-創新創業課程開設與發展計畫-募資實戰學習, 12001080244-EDU。NT\$:333,334 元整。(20190801-20200731), 共同主持人。
26. 109 學年度大專校院推動創新創業教育計畫, 21001090228-EDU。NT\$:2,950,000 元。(20200801-20210731), 共同主持人。
27. 110 學年度大專校院推動創新創業教育計畫, 12001100189-EDU。NT\$:2,950,000 元整。(20210801-20220731), 共同主持人。
28. **Huang, Shyh-Ming.** 2016. Minster of Education Industrial Collegeplan-105 Year Industrial College Plan-retail Sales Service & Human Resource Train Credit Point Course. (First year) Code: 341050142-GP. 2016/08/01 to 2017/07/31, NT\$: 445,000.
29. **Huang, Shyh-Ming.** 2015. Minster of Education Industrial Collegeplan-104 Year Industrial College Plan-retail Sales Service & Human Resource Train Credit Point Course. Code: 721040135-GP. 2015/08/01 to 2016/07/31, NT\$: 445,000.
30. **Huang, Shyh-Ming.** 2014. Minster of Education College Internship Course Plan-102. Code: 341020122-GP. 2013/06/01 to 2014/06/30, NT\$: 4,316,400.
31. **Huang, Shyh-Ming.** 2013. Minster of Education College Internship Course Plan-101. Code: 341010097-GP. 2012/06/01 to 2013/06/30, NT\$: 3,682,800.

32. **Huang, Shyh-Ming.** 2012. Minister of Education College Internship Course Plan-100.
Code:341010097-GP. 2011/06/01 to 2012/06/30, NT\$: 3,260,400.

Honors and Awards

- Fang, Shyh-Rong, Fang, Shyh-Chieh, Yang, Shu-Mi and Huang, **Shyh-Ming**. 2011. The Impact of Structural Approach of Multilevel Network on Explorative and Exploitative Innovation. [United Microelectronics Corporation (**UMC**) 3rd Annual Award Essay of the Academy of Business Management] (**The Best Paper**)
- Huang, Shyh-Ming, 2010. The Impact of Virtual Community Members Group-Buying Motivation on Group-buying Behavior-The Moderating Effects of Electronic Word-Of-Mouth. Chinese Institute of Industrial Engineers 2010 (CIIE 2010). Taiwan, Tainan. (**The Best Paper**)
- Huang, Shyh-Ming, 2009. The Impact of Dark Side of Relationship Factors on Relationship Performance — The Social Exchange Theory Perspective. The 13th Award of Small and Medium Enterprise thesis and dissertation. Taiwan, Taipei. (**Stunning performances**)
- Huang, Shyh-Ming, 2007. Impact of Relationship Bonds on Relationship Quality: The Internal Marketing Role of Adaptive Selling and Work Satisfaction. 2007Business Administration International Academy Forum and Conference. 2007/7/5. (**The Best Paper for Marketing**)
- Huang, Shyh-Ming and Fang, Shyh-Rong, 2005. An Impact of Governance Mechanisms and Relationship Strategies on Asset Specificities and Relationship Performance. Chunh Yuan Management Review, 3(1), 39-60. (**The Best Paper**)

Academic and Professional Service

Paper Reviewer

Academic Service

- Reviewer, Taiwan Academy of Management Journal, 2020/10/20, 2021/03/25, 2021/04/15, 2021/07/09.
- Reviewer, Marketing Review, 2019/3/3.
- Reviewer, Marketing Review, 2018/11/6.
- Reviewer, Taiwan Academy of Management Journal, 2016/09/29.
- Reviewer, Journal of Management & System, 2016/08/16.
- Reviewer, Journal of Management, 2016/11/26.
- Reviewer, Technology Analysis & Strategic Management, 2011/01/25.
- Reviewer, Journal of Management & Systems, 2010/08/11.
- Reviewer, Journal of Southern Taiwan University, 2009/08/10.
- Reviewer, Taiwan Academy of Management Journal, 2009/07/16.
- Reviewer, Journal of Hospitality and Home Economics, 2009/05/02.
- Reviewer, Taiwan Academy of Management Journal, 2009/02/09.

Committee Members

- Comments, Chinese Institute of Industrial Engineers 2010 (CIIE 2010), 2010/12/25.