

教師簡介

I. 個人資料

姓名：張嘉雯

職稱：教授

授課課程：國際貿易實務、國際行銷管理、經濟學

專長：國際貿易、國際企業管理、國際行銷

電話：(02)2322-6462

E-mail: cwchang@ntub.edu.tw

II. 主要學歷(請填學士級以上之學歷，依最高學歷向前填寫)

學校	主修學門系所	學位	起訖年月(MM / YYYY)
台灣大學	國際企業學系	博士	09/2002~04/2007
逢甲大學	企業管理學系	碩士	09/1999~06/2001
雲林科技大學	企業管理學系	學士	09/1997~06/1999

III. 現職及與專長相關之經歷

服務機關	服務部門/系所	職稱	起訖年月(MM / YYYY)
臺北商業大學	國際商務系	教授	02/2023~迄今
臺北商業大學	國際商務系	副教授	08/2013~02/2023
逢甲大學	企業管理學系	副教授	08/2012~08/2013
逢甲大學	企業管理學系	助理教授	08/2008~08/2012
長庚大學	醫務管理學系	助理教授	08/2007~08/2008

IV. 論文著述

一、 期刊論文(Journal or Periodical Papers)

1. Chia-Wen Chang and Chiu-Ping Hsu, 2022, How to generate customer and firm benefits through online game product and brand community engagement – online and offline perspectives, *Journal of Product & Brand Management*, 31(8):1252-1264. (SSCI)
2. Chia-Wen Chang* and Heng-Chiang Huang, 2022, How global mindset drives innovation and exporting performance: the roles of relational and bricolage capabilities, *Journal of Business & Industrial Marketing*, 37(12): 2587-2602. (SSCI)
3. Chiu-Ping Hsu and Chia-Wen Chang*, 2022, Does the social platform established by MMORPGs build social and psychological capital?, *Computers in Human Behavior*, 129: 107139, <https://doi.org/10.1016/j.chb.2021.107139>. (SSCI)
4. Chia-Wen Chang*, Heng-Chiang Huang, Shih-Ju Wang, and Han Lee, 2021, Relational bonds, customer engagement, and service quality, *The Service Industries Journal*, 41(5-6): 330-354. (SSCI)
5. Chia-Wen Chang*, Chih-Huei Ko, Heng-Chiang Huang, and Shih-Ju Wang, 2020, Brand community identification matters: A dual value-creation routes framework, *Journal of Product & Brand Management*, 29 (3): 289-306. (SSCI)
6. 張嘉雯*, 曾欽正, 賴惠韻, 2020, 虛擬社群參與前置因素與價值創造之探討-以美妝網為例, *中山管理評論*, 28(2): 251-294. (TSSCI)
7. Chiu-Ping Hsu, Chi-Yun Chiang, Chia-Wen Chang, Heng-Chiang Huang, and Chia-Chen Chen, 2015, Enhancing the commitment of nurses to the organisation by means of trust and monetary reward, *Journal of Nursing Management*, 23(5): 567-576. (SSCI)
8. Chia-Wen Chang, Ting-Hsiang Tseng, and Arch G. Woodside, 2013, Configural Algorithms of Patient Satisfaction, Participation in Diagnostics, and Treatment Decisions' Influences on Hospital Loyalty, *Journal of Services Marketing*, 27(2):91-103. (SSCI)
9. Chia-Wen Chang*, Heng-Chiang Huang, Chi-Yun Chiang, Chiu-Ping Hsu, and Chia-Chen Chang, 2012, Social Capital and Knowledge-Sharing: Effects on Patient safety, *Journal of Advanced Nursing*, 68(8):1793-1803. (SSCI)

10. Chiu-Ping Hsu, Chia-Wen Chang, Heng-Chiang Huang and Chi-Yun Chiang, 2011, The Relationships among Social Capital, Organizational Commitment and Customer- Oriented Prosocial Behavior of Hospital Nurses, Journal of Clinical Nursing, 20(9/10):1383-1392. (SSCI)
11. 張嘉雯*, 王惠玄, 朱瀨筠, 2011, 關係品質之前置與結果變數的探究-以醫學美容中心為例, 管理與系統, 第十八卷第三期, 第 417 至 441 頁。(TSSCI)
12. 張嘉雯*, 王惠玄, 詹又諳, 2010, 病患參與醫療服務之前置因素及後續行為之探討:以一般外科為例, 管理學報, 第二十七卷第六期, 第 603 至 621 頁。(TSSCI)
13. Heng-Chiang Huang and Chang, Chia-Wen*, 2008, Embeddedness ties and the acquisition of competitive advantage, Journal of Intellectual Capital, 9 (1):105-121.
14. 張嘉雯*, 黃恆獎, 2007, Determinants of Incremental Innovation: A Process View Incorporating Theories of Transaction Cost, Social Exchange and Embeddedness, 臺大管理論叢, 第十八卷第一期, 第 81 至 116 頁。(TSSCI)
15. 黃恆獎, 張嘉雯*, 2007, Building Brand Community: A Study of VW's Club, 台灣企業績效學刊, 第一卷第一期, 第 1 至 25 頁。
16. 任立中, 張嘉雯, 林淑惠, 2006, 品牌知名度與消費者特徵對來源國效應評價之影響, 多國籍企業研究, 第三十卷, 第 1 至 23 頁。
17. 方世榮, 張嘉雯, 2004, 顧客涉入程度對服務品質與關係品質之干擾效果:以電腦賣場與內部商店為例, 中山管理評論, 第十二卷第四期, 第 755 至 794 頁。(TSSCI)
18. 方世榮, 張嘉雯, 黃識銘, 2003, 夥伴關係長期導向之前置因素的探討—中小企業特質的干擾作用, 台灣管理學刊, 第三卷第一期, 第 101 至 124 頁。
19. 方世榮, 張嘉雯, 2002, 組織間關係涉入程度之研究—理論架構與命題發展, 管理研究學報, 第二卷第二期, 第 173 至 207 頁。

二、學術會議論文 (Conference Papers)

1. 張嘉雯，張建揚，2012，社會互動下人格特質對於產品置入的態度及行為之影響，2012 臺灣商管與資訊研討會，國立台北商業技術學院。
2. 張嘉雯，張寶蓉，林修竹，2011，品牌延伸的前置與後置因素之探討，國立台北大學 2011 商管與資訊研討會，國立台北大學。
3. 張嘉雯，劉平文，許庭耀，2011，人格特質與人際網絡對大學生消費行為之影響，國立台北大學 2011 商管與資訊研討會，國立台北大學。
4. Chang, Chia-Wen and Heng-Chiang Huang, 2010, Brand Community and Value Creation, 2010 AMA Summer Marketing Educators' Conference, Boston, MA.
5. 張嘉雯，2010，醫療服務品質、關係品質與品牌權益關係之探究，2010 國立中興大學行銷研究學術交流論壇，國立中興大學。
6. 張嘉雯，王惠玄，劉曉盈，2009，醫療機構護理人員的顧客導向行為前置因素之探究，2009 科技與管理研討會，國立臺北科技大學。
7. 張嘉雯，曾欽正，賴于婷，2009，倫理氣候對顧客導向行為與病患安全影響之探究:以醫療服務業為例，行銷通路經營管理實務研習會暨服務科學研討會，國立彰化師範大學。
8. 張嘉雯，曾欽正，吳珮如，2009，網絡密度對團隊知識分享與團隊效能之影響，2009 電子化企業實務研討暨論文發表會，台南科技大學。
9. 張嘉雯，線東星，2009，Investigating the Antecedents and Consequences of Social Capital in Supply Chain，2009 電子化行銷人才培育研討會，崇右技術學院。
10. Heng-Chiang Huang and Chang, Chia-Wen, 2007, Relational Embeddedness, Network Centrality, and Incremental Innovation, Annual Meeting of the Academy of International Business, Indiana, USA .