

高立學 老師

現職 休閒與遊憩管理學系 副教授

學歷 Ph.D. Florida State University

專長1 體育學

專長2 休閒遊憩規劃與管理

專長3 消費者行為

專長4 運動消費者行為、研究方法、行銷、運動行銷、運動管理

教師研究成果資料明細



非SCI、SSCI、A&HCI、EI、TSSCI...等具審查機制論文

1. 高立學(Li-Shiue Gau)、(Jeffrey D. James)、(Jong-Chae Kim) ,2009-09, (已刊登)

Asia Journal of Management and Humanity Science 4卷2-3期:76頁~90頁
Effects of team identification on motives, behavior outcomes, and perceived service quality

2. 高立學(Li-Shiue Gau) ,2011-, (已刊登)

中華體育 25卷1期:22頁~30頁
臺灣民眾最多人參與的休閒活動類型之分析—以1985年到2007年為例。

3. 高立學(Li-Shiue Gau) ,2010-, (已刊登)

運動與遊憩研究 5卷2期:76頁~85頁
從「透過運動表達自我」理論分析運動參與和觀賞之關係

4. 高立學(Li-Shiue Gau)、陳朝鍵(Chao-Chien Chen) ,2010-, (已刊登)

運動休閒餐旅研究 5卷4期:61頁~79頁
驗證影響觀眾知覺贊助效益因素模型

5. 高立學(Li-Shiue Gau)、陳朝鍵(Chao-Chien Chen) ,2010-12, (已刊登)

運動休閒餐旅研究 5卷4期:61頁~79頁
驗證影響觀眾知覺贊助效益因素模型

6. 高立學(Li-Shiue Gau) ,2010-, (已刊登)

生物與休閒事業研究 8卷1期:19頁~34頁
Examine the relationships between personal values and spectator sport consumption behavior--A Taiwanese sample.

7. 高立學(Li-Shiue Gau) ,2009-, (已刊登)

Social Behavior and Personality: An international journal 37卷3期:299頁~306頁
An examination of values associated with sports attitude and consumption behavior.

8. 高立學(Li-Shiue Gau) ,2009-, (已刊登)

運動休閒餐旅研究 4卷4期:1頁~21頁
打籃球和看籃球的關係

9. 高立學(Li-Shiue Gau) ,2009-, (已刊登)

Asian Journal of Management and Humanity Sciences 4卷2-3期:76頁~90頁
Effects of team identification on motives, behavior outcomes, and perceived service quality.

10.高立學(Li-Shiue Gau) ,2009-, (已刊登)

島嶼觀光研究 2卷3期:1頁~18頁
價值觀對金門國家公園旅遊選擇之預測

11.高立學(Li-Shiue Gau) ,2009-, (已刊登)

運動與遊憩研究 4卷1期:22頁~33頁
「臺中洲際棒球場」興建後之效益評估

12.高立學(Li-Shiue Gau) ,2011-, (已刊登)

Social Behavior and Personality: An international journal 39卷5期:587頁~596頁
The influence of cultural values on spectators' sport attitudes and team identification: An east-west perspective

13.高立學(Li-Shiue Gau) ,2011-, (已刊登)

台灣管理個案中心 卷期:頁~頁
來Circus 坐坐—量表效度和信度

14.高立學(Li-Shiue Gau) ,2011-, (已刊登)

運動休閒管理學報 8卷1期:1頁~17頁
觀賞運動活動吸引力和觀賞效益的非對稱性關係分析—以「高雄世運」和「台北聽奧」為例

15.高立學(Li-Shiue Gau) ,2011-, (已刊登)

休閒事業研究期刊 9卷1期:1頁~20頁
「觀賞運動活動」吸引觀眾的屬性分析

16.高立學(Li-Shiue Gau) ,2011-, (已刊登)

管理實務與理論研究 5卷3期:19頁~33頁
從產業和人力資源觀點探討媒體代理商企劃人員工作內容擴大化之原因及影響