

國立體育大學第十二任校長候選人資料表

一、基本資料

姓 名	性別	出生年月日 (須民國50年8月2日以後出生)			
(中)陳成業 (英)Chen-Yueh Chen	男	年	月	日	
國 籍	<input checked="" type="checkbox"/> 本國籍 身分證字號： <input type="checkbox"/> 外國籍 護照號碼： 國名：				
通訊資料					
教授證書	字號：教字第140395號		起資年月：104 年 2 月		
現職	服務機關名稱	現職(職級)	專任或兼任	到職年月	
	國立體育大學	教授	專任	102/08	
大學以上學歷	學校名稱	院系所	論文指導者 (大學以下免填)	學位名稱	領受學位年月
	University of Northern Colorado	Sport and Exercise Science	David Stotlar	博士	2006/05
	University of Northern Colorado	Applied Statistics and Research Methods	Khalil Shafie	博士	2013/08
	國立臺灣大學	國際企業學系	任立中	碩士	2002/06
	國立政治大學	國際貿易學系		學士	2000/06
經歷	服務機關名稱	專任或兼任 【含兼職】	職稱(職級)	任職起迄年月	
	國立中正大學	專任	助理教授	96/08-100/07	
	國立中正大學	專任	副教授	100/08-102/07	

國立中正大學	兼任	場體器材組組長	96/08-99/07
國立體育大學	專任	副教授	102/08-104/01
國立體育大學	專任	教授	104/02迄今
國立體育大學	兼任	奧林匹克中心 教育活動組組長	102/08-103/07
國立體育大學	兼任	體育處體育長	103/08-106/01
國立體育大學	兼任	管理學院院長	105/08-111/07
國立體育大學	兼任	秘書室主任秘書	113/08迄今

- 註：1.請檢附下列證明文件：(如為外國文件，請附中譯本並公證)
- (1)最高學歷學位證書影本(國外學歷學位證書應經駐外單位驗證)。
 - (2)中央研究院院士或教授或曾任相當教授之教學、學術研究工作證明或擔任同級學校校長證明影本。
 - (3)曾任主管職務及各項經歷證明文件影本。
- 2.以上各項資格與年資之計算，採認核計至本案收件截止日(114年12月1日)為止。
- 3.候選人務必就表內「具備之資格條件」勾選，本校校長遴選委員會將依候選人勾選項目進行資格審查。
- 4.【兼職】請務必填列遴選表件收件截止日前三年內，曾擔任營利事業董事、獨立董事、監察人或其他執行業務之重要職務。
- 5.本表若不敷使用，請以 A4 紙張自行延伸。

二、著作（含學位論文）、作品及發明目錄

(一)學位論文

1. 陳成業 (2002)。資料庫行銷之品牌選擇模式研究。國立臺灣大學碩士學位論文。
2. Chen, C. Y. (2006). Prediction of ticket purchase behavior of non-season ticket holders for a professional sport team using database marketing approach. Dissertation for Doctor of Philosophy, School of Sport and Exercise Science, College of Natural and Health Sciences, University of Northern Colorado.
3. Chen, C. Y. (2013). The Bayesian estimation of the fractal dimension index of fractional Brownian motion. Dissertation for Doctor of Philosophy, School of Applied Statistics and Research Methods, College of Education and Behavioral Sciences, University of Northern Colorado.

(二)國際期刊著作

4. Lin, Y. H., Chen, C. Y., & Chiu, P. K. (2005). An Overview on Issues of Cross-Cultural Research and Back-Translation. *The Sport Journal*, thesportjournal.org/article/cross-cultural-research-and-back-translation
5. Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2009). Does Theory of Planned Behavior Explain Taiwan Teens' Viewing of Televised NY Games With Pitcher Chien-Ming Wang? *The Sport Journal*, thesportjournal.org/article/does-theory-of-planned-behavior-explain-taiwan-teens-viewing-of-televised-ny-games-with-pitcher-chien-ming-wang
6. Chen, C. Y., Stotlar, D. K., & Lin, Y. H. (2009). Prediction of ticket purchase in professional sport using data mining. *International Journal of Sport Management and Marketing*, 6(1), 68-86. <https://doi.org/10.1504/IJSMM.2009.026757>
7. Chen, W. I., Chen, C. Y., Lin, Y. H., & Chen, T. T. (2012). Sport participation and self-esteem as mediated by perceived peer acceptance and sport self-concept in Taiwanese college students. *Social Behavior and Personality*, 40(4), 699-704.
8. Chen*, C. Y., Lin, Y. H., & Hsiao, C. L. (2012). Celebrity endorsement for sporting events using classical conditioning. *International Journal of Sports Marketing and Sponsorship*, 13(3), 209-219.
9. Lin, Y. H., & Chen, C. Y. (2012). Adolescents' Impulse Buying: Susceptibility to Interpersonal Influence and Fear of Negative Evaluation. *Social Behavior & Personality*, 40(3), 353-358.
10. Chen*, C. Y., Lin, Y. H., Lin, Y. K. (2012). A demand analysis for Chinese Professional Baseball League: From 1990 to 2008. *International Journal of Sports Marketing & Sponsorship*.
11. Lin, Y. H., & Chen, C. Y. (2013). Masculine versus feminine sports: The effects of peer attitudes and fear of negative evaluation on sports participation among Taiwanese college students. *Revue Internationale de Psychologie Sociale*, 26(4), 5-23.
12. Chen, C. Y., Lin, Y. H., & Chang, W. M. (2013). Impulsive purchasing behavior for professional sports team-licensed merchandise: From the perspective of group effects. *Sport Management Quarterly*, 22(2), 83-92.
13. Chen, C. Y., Lin, Y. H., & Chiu, H. T. (2013, Jan). Development and Psychometric Evaluation of Sport Stadium Atmosphere Scale in Spectator Sport Events. *European Sport Management Quarterly*, 13(2), 200-215.
14. Chen, C. Y. (2014). An exploratory study on the relationship between parents' passion for sport/exercise and children's self- and task-perceptions in sport/exercise. *Perceptual & Motor Skills*, 118(3), 909-925.
15. Pi, L. L., Lin, Y. H., Chen, C. Y., Chiu, J. C., & Chen, Y. M. (2014). Serious Leisure, Motivation to Volunteer and Subjective Well-Being of Volunteers in Recreational Events. *Social Indicators Research*, 119, 1485-1494.
16. Chen, C. Y., Shafie, K., & Lin, Y. K. (2017). Bayesian estimation of the Hurst parameter of

- fractional Brownian motion. *Communications in Statistics – Simulation and Computation*, 46 (6), 4760-4766.
17. Chen, C. Y., Lin, Y. H., Lee, C. Y., Lin, Y. K., Chen, W. I., & Shih, J. R. (2019). Family leisure and subjective well-being: Do patterns and timing matter? *Social Behavior and Personality*, 47(9), e8396, <https://doi.org/10.2224/sbp.8396>
 18. Chen, C. Y., Lin, Y. H., Lee, C. Y., Lin, Y. K., Chuang, M. C., & Lee, K. N. (2019). Rational or impulsive buying or both? Evidence from the sport merchandise consumption context. *Social Behavior & Personality*, 47(11), e8395, <https://doi.org/10.2224/sbp.8395>
 19. Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2020). Persuasion effect of corporate social responsibility initiatives in professional sport franchise: Moderating effect analysis. *PLoS ONE*, 15(12), e0243579. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0243579>.
 20. Lin, Y. H., Chen, C. Y., Chou, Y. L., & Yeh, C. J. (2020). Effect of ambush marketing on attitude and purchase intention in the social media context: misidentification and identification. *European Sport Management Quarterly*, DOI: 10.1080/16184742.2020.1843514
 21. Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2020). Comparison between various corporate social responsibility initiatives based on spectators' attitudes and attendance intention for a professional baseball franchise. *Sport Marketing Quarterly*, 30(2), 85-94.
 22. Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2020). A mixed approach to investigating public acceptance of elite sport policy in Taiwan: Antecedents and prediction. *Sport in Society*, 23(12), 1945-1963
 23. Lin, Y. H., & Chen, C. Y. (2020). Effect of persuasions on attitude toward athletic sport policies in social media. *Social Behavior & Personality*. 48(3), e8709, <https://doi.org/10.2224/sbp.8709>
 24. Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2021). Psychic income and intention to attend games, intention to purchase licensed merchandise and life satisfaction: 2017 Taipei Universiade. *SAGE Open*, 1-13, DOI: 10.1177/21582440211023201.
 25. Chen, C. Y., Chou, Y. L., & Lee, C. S. (2021). Social innovation, employee value cocreation, and organizational citizenship behavior in a sport-related social enterprise: Mediating effect of corporate social responsibility. *Sustainability*, 13(22), 12582; <https://doi.org/10.3390/su132212582>
 26. Chen, C. Y., & Lin, Y. H. (2021). Social entrepreneurship in professional sports: Antecedents and outcomes from the consumer perspective. *Sustainability*, 13(3), 1045; <https://doi.org/10.3390/su13031045>
 27. Lin, Y. K., Lee, C. Y., & Chen, C. Y. (2022). Robustness of autoencoders for establishing psychometric properties based on small sample sizes: Results from a monte carlo simulation study and a sports fan curiosity study. *Peer J: Computer Science*. doi: 10.7717/peerj-cs.782.
 28. Lin, K. Y., Chen, C. Y., Cheung, D.S.T., Montayre, J., Lee, C. Y., & Ho, M.H. (2022). The relationship between physical activity trajectories and frailty: a 20-year prospective cohort among community-dwelling older people. *BMC Geriatrics*, 22(1):867. doi: 10.1186/s12877-022-03493-7.
 29. Chen, C., Lin, Y., Lin, Y., Lee, C., Chuang, M. (2023). Asset Specificity Perspective: An Alternative Explanation of Sports Fans' Loyalty and Behavioral Intention. *International Journal of Sport Psychology*, 54(4), 334-347. doi:10.7352/IJSP.2023.54.334
 30. Lin, Y. H., Chen, C. Y., Lin, Y. K., Lee, C. Y., & Cheng, C. Y. (2023). Effects of Online Video Sport Spectatorship on the Subjective Well-Being of College Students: The Moderating Effect of Sport Involvement. *Int J Environ Res Public Health*, 20(5):4381. doi: 10.3390/ijerph20054381.
 31. Lee, Y.-F.; Chen, C.-Y.; Chou, Y.-L.; Lin, Y.-H. (2024). Green Consumer Behavior of Sports Enthusiasts on TikTok—An Analysis of the Moderating Effect of Green Concern. *Behavioral Sciences*, 14, 285. <https://doi.org/10.3390/bs14040285>
 32. Chou, Y. L., Chen, C. Y., Lin, T. H., Zhou, Y. W., & Lee, Y. F. (2024). The Role of ESG

Participation in Sports Sponsorship: Enhancing Consumer Purchase Intention Through Electronic Word of Mouth (eWOM). *Sustainability*, 16(23), 10744; <https://doi.org/10.3390/su162310744>

33. Chen, C.-Y.; Lin, Y.-H.; Shih, M.-T.; Yeh, T.-Y. (2024). Effect of Green Value Cocreation on Consumer Behavior: A Professional Baseball Franchise's "Sustainable Party" Event. *Behavioral Sciences*, 14, 1050. <https://doi.org/10.3390/bs14111050>
34. Yu Y-C, Chen C-Y, Chen W-C, Lin Y-K, & Lu S-C. (2025). Effect of technology-aided training on physiological and psychological sports performance: Moderation analysis of sport involvement. *PLoS One* 20(6): e0325885. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0325885>
35. Chen C-Y, Lin Y-H, Yang C-Y, Chou Y-L, & Yeh T-Y. (2025). Value cocreation among spectators in professional spectator sports events: Scale development and effects of social media strategies. *PLoS One* 20(5): e0320927. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0320927>
36. Chen C-Y, Chou Y-L, Lin Y-H., & Lin Y-K. (2025). Sport fans' curiosity and impulsive buying: mediation of social media use intensity. *Front. Sports Act. Living* 7:1519003. doi: 10.3389/fspor.2025.1519003
37. Chen C-Y, Lin Y-H, Yeh T-Y, Chou Y-L, & Yeh T-L. (2025). Social media influencer or traditional celebrity? Moderational analysis on the relationship between endorser type and endorsement effectiveness. *PLoS One* 20(7): e0326911. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0326911>

(三)國內期刊發表

38. 任立中、陳靜怡、陳成業 (2005)。以品牌實際選購行為建立品牌競爭圖之研究。 *台灣管理學刊*，5(2)，169-185。
39. 林怡秀、陳成業 (2008)。運動組織之網路媒體關係。 *中華體育季刊*，22(4)，125-133。
40. 陳成業、林怡秀 (2008)。職業運動賽會消費者購票行為預測模式之建構—以美國 NBA 丹佛金塊隊為例。 *體育學報*，41(2)，69-81。
41. 林怡秀、陳成業 (2008)。超級籃球聯賽公共關係策略之探討。 *臺灣體育運動管理學報*，6，63-80。
42. 林怡秀、陳成業 (2008)。定期性運動賽會認知情感滿意度模式之研究—以動機為調節變項。 *臺灣體育運動管理學報*，7，52-68。
43. 林怡秀、陳成業 (2008)。運動組織公共關係及其從業人員之專業能力與工作職責。 *大專體育*，99，120-127。
44. 陳成業、林怡秀 (2009)。運動賽會運動場館設施與現場觀眾滿意度關係之研究—以臺中洲際棒球場第 37 屆世界盃棒球賽為例。 *體育學報*，42(1)，55-67。
45. 蕭佳琳、陳成業 (2009)。不同投入遊戲時間與球隊認同度對運動型電玩玩家運動資訊搜尋行為之差異性研究。 *臺大體育學報*，16，43-53。
46. 張文政、陳成業 (2009)。驗證職業運動球隊品牌權益模式之研究—以中華職棒統一 7-ELEVEn 獅為例。 *臺大體育學報*，14，65-80。
47. 陳成業、林怡秀 (2009)。運動用品之網路購物動機、風險因子與使用意願之研究。 *臺灣體育運動管理學報*，8，1-16。
48. 陳成業 (2009)。資料庫行銷在運動產業之應用。 *運動管理*，13，45-51。
49. 陳成業 (2009)。美國職業運動組織票房行銷策略探討。 *中華體育季刊*，23(3)，132-141。
50. 陳成業 (2009)。預測運動贊助商形象與口碑溝通之研究—以中華職棒大聯盟為例。 *嘉大體育健康休閒期刊*，8(3)，14-21。
51. 謝佩珊、陳成業 (2009)。體驗行銷策略模組、體驗價值、顧客滿意度與忠誠度關係

- 之研究—以劍湖山世界為例。嘉大體育健康休閒期刊，8(1)，25-34。
52. 陳成業、林怡秀 (2009)。階層線性模式之概論及其於運動休閒管理領域研究之應用。運動管理，13，27-34。
 53. 林怡秀、陳成業 (2009)。運動組織善因行銷之個案分析。大專體育，102，52-59。
 54. 陳成業 (2010)。職業運動團隊品牌利益、品牌態度、心理承諾與球迷行為忠誠度關係之研究：以紐約洋基隊為例。體育學報，43(1)，53-67。
 55. 王芝嫻、陳成業 (2010)。網站成員凝聚力、網站承諾、網站態度與網站使用意願關係之研究—以中華職棒聯盟球隊官方網站為例。嘉大體育健康休閒期刊，9(1)，1-12
 56. 陳成業、徐玉榮 (2011)。不同性別運動員代言人對消費者可信度、廣告效果及購買意圖影響之研究。運動休閒管理學報，8(2)，1-18。
 57. 陳成業 (2012)。中華職棒賽會現場觀賞之阻礙因素。大專體育學刊，14(3)，275-287。
 58. 陳成業、林彥光 (2012)。Validating the Motives Scale in a Spectator Sports Event。臺灣體育運動管理學報，12(2)，131-147。
 59. 陳成業、李佩憬 (2012)。預測運動支出之初探研究：以人口統計變項、運動生活型態與運動產品態度為預測變項。運動休閒管理學報，9(2)，22-35。
 60. 陳文英、陳成業、李冠男 (2012)。品牌知名度、產品涉入程度對籃球鞋購買意圖影響之研究。運動休閒管理學報，9(2)，106-116。
 61. 陳成業 (2015)。環境心理學觀點探討運動賽會場館氣氛。體育學報，48(4)，417-430。
 62. 鄭幸珍、歐俠宏、蔡明昌、陳成業 (2016)。探索臺灣東部露營區與周邊景點之關聯性。運動管理，33，70-82。
 63. 陳成業 (2016)。觀賞性運動賽會服務品質：量表發展與驗證。體育學報，49(2)，195-207。
 64. 康正男、葉公鼎、陳成業 (2017)。運動場館永續發展指標建構與評估。臺灣體育運動管理學報，17(2)，163-200。
 65. 李元復、陳成業、周漪紋 (2023)。The Difference of Mixed- and Single-sex Sports on Organizational Climate and Interpersonal Trust: By Taking Korfball, Male Basketball and Female Basketball as an Example。運動休閒管理學報，20(1)，14-51
 66. 29. 陳成業、林怡秀、葉子筠 (2024)。「從零到壹」的運動行銷課程：實踐能力、問題解決能力與就業力自我效能之養成。大專體育，166，19-29。

註：1.請詳列個人發表之著作，依期刊及會議論文、專書、作品、成就證明、技術報告、專利、發明及其他等順序分類填寫。

2.各類著作請依發表時間先後順序填寫，各項著作請依作者（按原出版之次序）、出版年、月份、題目、期刊名稱（專書出版社）及起迄頁數之順序填寫。

3.本表若不敷使用，請以 A4 紙張自行延伸。

三、體育成就、學術獎勵及榮譽事蹟

事蹟內容	日期
獲110年國光體育獎章暨運動科學研究獎勵優等	110/12/03
獲2023全國體育運動學術聯合年會體育運動傑出研究獎	112/11/05
通過美國關島會計師考師	113/11/21

註：1.相關文件請附影本。

2.如為外國文件，請附中譯本並公證。

3.本表若不敷使用，請以 A4紙張自行延伸。

四、治校理念與抱負 (以三千字為限)

本人治校理念為「以運動競技為核心，以運動科學為引擎，以運動教育為目標，以運動產業為導向，成為亞洲頂尖、世界知名的體育大學。」，包含七大面向，分述如下。

一、強化運動競技訓練體系

- (一) 強化運動員培訓，整合運動科學、體能訓練、運動傷害防護等資源，提供運動員支持系統。
- (二) 提升教練專業能力提供教練關於國際訓練模式、課程與進修制度。
- (三) 深化外部資源連結，提供運動團隊科學化訓練場域與後勤服務。
- (四) 規劃招生配套誘因制度，以利招募優秀運動員。

二、深化體育運動科學研究

- (一) 發展運動科技產業合作，持續推動與產業合作。
- (二) 精進體育運動科學研究獎勵制度。

三、全面提升教學品質與課程創新

- (一) 推動學士、碩士雙主修與副修制度，提升招生誘因並有利學生學習。
- (二) 推動跨領域課程學習，提升學生就業競爭力。
- (三) 強化教學創新，推動混成課程、AI與運動科技融入教學。
- (四) 強化師資發展，提供教學創新研習，鼓勵教師跨國研究，提升國際能見度。
- (五) 提升學生生活支持，包含訓練、營養、心理諮商、住宿與職涯輔導。

四、推動運動產業鏈與社會影響力

- (一) 落實運動創新育成中心功能，鼓勵學生創業與技術商品化。
- (二) 申辦大專校院運動會，改善運動設施、提升校園曝光度並讓師生運動

賽事實務管理。

- (三) 建立運動休閒經營人才培育計畫，承辦國內外賽事與活動、推廣運動休閒觀光。
- (四) 加強與企業、球隊、醫院、運動產業的夥伴關係，擴大產學合作。

五、建構國際化網絡

- (一) 強化國際運動夥伴學校交流，與亞洲與歐美頂尖體育大學建立研究與雙聯學位合作
- (二) 推動國體大主導之運動國際會議與論壇，提高國際能見度。

六、校務治理與高效行政

- (一) 精簡行政流程，導入校務系統整合平台。
- (二) 運用數據改善校務運作，降低教師與教練行政負擔。
- (三) 定期公開校務資訊、財務狀況與重大政策進度。
- (四) 致力開拓多元財務來源，爭取企業贊助、成立運動人才永續發展基金、提升校友捐款動能。
- (五) 深化校友關係，提升國體大品牌形象與資源。

七、打造優質校園環境

- (一) 升級現有各項運動訓練設施。
- (二) 新建符合國體使命運動訓練設施。
- (三) 持續改善宿舍環境。
- (四) 建立平權、多元、身心友善的校園文化。
- (五) 推動符合校園永續發展策略。

註: 請以電腦繕打，本表若不敷使用，請以 A4 紙張自行延伸。