

參考書目

壹、中文書目

- 1、方世榮（1994）：《行銷管理學》，台北：東華書局。
- 2、方世榮譯（2003）：《行銷管理學》，台北：東華書局。
- 3、石永貴著（2003）：《媒體事業經營》，台北：三民出版公司。
- 4、李秀珠譯（1997）：《媒體管理：案例研究法》，台北：五南出版公司。
- 5、李美華等譯（1998）：《社會科學研究》，台北：時英出版社。
- 6、李田樹譯（1992）：《行銷學》，台北：順達出版社。
- 7、李清祥（1993）：《DM與資料庫行銷》，台北：遠流出版社。
- 8、沈雲驄、湯宗勳譯（1998）：《品牌行銷法則—如何打造強勢品牌？》，台北：商周出版。
- 9、吳宜蓁、李素輕譯（1999）：《整合行銷傳播》，台北：五南出版公司。
- 10、吳思華著（2000）：《策略九說：策略思考的本質》，台北：臉譜出版。
- 11、周文賢、李宏達（1992）：《市場調查與行銷策略研擬》，台北：華泰書局。
- 12、胡幼慧主編（1996）：《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》，台北：巨流出版。
- 13、祝鳳岡（1996）：《競爭分析與競爭智慧—技術系統與個案研究》，台北：雙葉書廊。
- 14、高美英譯（1999）：《研究文獻之回顧與整合》，台北：弘智文化。
- 15、袁世珮、黃家慧譯（2001）：《品牌思維：打造優勢品牌的五大策略》，台北：麥格羅希爾。
- 16、唐維敏著（1996）：《大眾傳播研究方法：質化取向》，台北，五南圖書。
- 17、陳定國著（1998）：《行銷管理導論》，台北：五南圖書出版公司。
- 18、陳琇玲譯（2000）：《行銷基本教練》，台北：臉譜出版。
- 19、陳振田、陳振遠譯（1992）：《行銷管理—分析、規劃與控制》，台北：五南出版公司。
- 20、黃俊英著（1999）：《行銷研究：管理與技術》，台北：華泰文化。
- 21、黃西玲著（1998）：《掌握資訊：談媒體經營與問題》，台北：正中書局。
- 22、黃仁宏譯（1990）：《行銷學精論》，中興管理顧問公司。
- 23、張佩傑譯（1992）：《定位行銷策略》，台北：遠流出版社。
- 24、郭振鶴著（1990）：《行銷管理個案與策略規劃》，台北：順達出版社。
- 25、許長田著（1997）：《策略性市場行銷學—競爭、策略、個案》，台北：生智出版

社。

- 26、許士軍著（1990）：《管理學》，台北：東華書局。
- 27、馮建三譯（1994）：《媒介經濟學》，台北：遠流出版社。
- 28、彭芸、關尚仁主編（2003）：《新世紀媒體經營管理》，台北：雙葉書廊。
- 29、張瑞華、陳麗雯譯（1991）：《行銷新十論》，台北：時報文化出版公司。
- 30、張振明譯（2004）：《行銷是甚麼？》，台北：商周出版。
- 31、楊仁壽、俞慧芸、許碧芬等合譯（2002）：《組織理論與管理：理論與個案》，台北：雙葉書廊。
- 32、榮泰生（1993）：《策略管理學》，台北：華泰書局。
- 33、葉銀華、李存修、柯承恩著（2002）：《公司治理與評等系統》，台北：商智文化。
- 34、趙建智、李家豪譯（2005）：《公司治理大未來》，台北：梅霖文化。
- 35、趙寧主編（2002）：《媒體管理與市場調查 Q&A》，台北：風雲論壇。
- 36、蔡念中、張宏源、莊克仁著（1996）：《傳播媒介經營與管理》，台北：亞太圖書
- 37、鄧勝梁、許紹李、張庚淼合著（2003）：《行銷管理：理論與策略》，台北：五南出版公司。
- 38、劉麗真譯（1998）：《品牌 22 戒》，台北：城邦文化。
- 39、賴麗雯（1997）：《以關係網絡替代行銷》，台北：春田出版社。
- 40、謝文雀、王又鶴、鄭偉慶（1998）合譯：《行銷管理》，台北：天一圖書公司。
- 41、羅文輝（1991）：《精確新聞報導》，台北：正中書局。
- 42、蘇蘅著（1993）：《傳播研究調查法》，台北：三民書局。
- 43、蘇蘅著（2002）：《競爭時代的報紙：理論與實務》，台北：時英出版社。
- 44、蘇鑰機（1997）：《大眾傳播與市場經濟》，香港：鑪峰學會出版。

貳、中文期刊、雜誌

- 1、刁曼蓬（1990）：（報業拼戰後，二大稱霸，新秀苦撐），《天下雜誌》，110：22-29。
- 2、刁曼蓬、游常山（1997）：（第一大報，金子打造？三大報經營爭霸戰），《天下雜誌》，194：62-78。
- 3、余紹逖（1996）：（發行之外的省思），《新聞鏡週刊》，397：12-13。
- 4、孫曼蘋（1987）：（誰是明日報業第三勢力），《天下雜誌》，78：26-32。
- 5、陳道明（1996）：（自由時報越讀報躍升第一），《新台灣新聞周刊》，17：14-17。
- 6、楊仁烽（1995）：（二十一世紀報業充滿活力），《新聞鏡週刊》，335：6-11。

- 7、楊忠川（1996）：（電子報對報業、廣告業的影響），《網路生活雜誌》，2：94-96。
- 8、榮泰生（1992）：（多元化行銷時代的 MKIS），《自動化科技》，4：24-33。
- 9、蕭映麟譯（1990）：（關係行銷－未來的行銷主流），《世界經理文摘》，9：28-30。

參、中文報紙

- 1、1997/1/10 中國時報 4 版。
- 2、2001/12/13 工商時報 34 版。
- 3、2003/4/23 工商時報 30 版。
- 4、2003/5/01 工商時報 29 版。
- 5、2003/5/02 工商時報 30 版。
- 6、2003/4/23 工商時報 30 版。
- 7、2003/5/19 工商時報 30 版。
- 8、2003/5/20 工商時報 29 版。
- 9、2003/5/19 工商時報 30 版。
- 10、2003/5/29 工商時報 30 版。
- 11、2005/4/27 中國時報 A15 版。
- 12、2005/6/01 中國時報 A13 版。
- 13、2005/6/01 自由時報 3 版。
- 14、2005/6/02 聯合報 A1 版。
- 15、2005/6/02 聯合報 A5 版。
- 16、2005/6/25 中國時報 B2 版。
- 17、2005/6/27 中國時報 A17 版。
- 18、2005/8/01 蘋果日報 A1 版。

肆、中文論文

- 1、王漢銘（1996）：《我國有線電視系統行銷策略之研究》，國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。
- 2、呂玉華（1990）：《「產品特質」、「訊息類型」、與「企業行銷策略」關係之研究》，國立政治大學企業管理研究所碩士論文。
- 3、邱怡佳（1998）：《整合行銷傳播實施之初探性研究－以國內信用卡產品為例》，私立輔仁大學管理學研究所碩士論文。
- 4、何國華（2003）：《無線電視台組織變革之挑戰－以台視視聽資料處為例》，國立政治大學新聞研究所在職專班碩士論文。
- 5、余適霖（1995）：《贈品促銷行為法律規則問題之研究》。國立政治大學法

研所碩士論文。

- 6、李治綱（1980）：《台鐵行銷策略之研究》，國立成功大學交通管理科學研究所碩士論文。
- 7、林浩瀚（1995）：《行銷環境、行銷文化與策略型態關係之研究》，國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- 8、林慧晶（1997）：《資料庫行銷之客戶價值分析與行銷策略應用》，國立台灣大學企業學研究所碩士論文。
- 9、洪淑宜（1996）：《整合行銷在媒體行銷上的應用－以台北之音為例》，國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 10、周庭萱（1997）：《衛星電視本土西片頻道之行銷策略研究》，私立銘傳傳播管理研究所碩士論文。
- 11、唐玉書（2000）：《民視行銷策略研究之初探－以戲劇節目為例》，政國立治大學新聞研究所碩士論文。
- 12、張宏源、龔周明（2000）：《報業策略聯盟之效益分析－以中國時報體系時正研究》，「傳播管理發展與趨勢之全國性學術研討會：迎接二十一世紀之平面傳播媒體」論文，世新大學傳播管理學系主辦。
- 13、董幸生（1999）：《台灣地區綜合性日報促銷組合之研究：以聯合報、中國時報「訂報送機車」促銷專案為例》，私立銘傳大學傳播研究所碩士論文。
- 14、劉穎壽（1994）：《資料庫行銷：顧客資料庫的建立及其應用之研究》，政國立治大學企業管理研究所碩士論文。
- 15、鄭必群（1991）：《新產品上市行銷策略系統模式之研究》，國立成功大學工業管理研究所碩士論文。
- 16、賴文雄（2000）：《台灣報業經營與趨勢之探討》，「傳播管理發展與趨勢之全國性學術研討會：迎接二十一世紀之平面傳播媒體」論文，世新大學傳播管理學系主辦。
- 17、賴志炤（1980）：《行銷策略決策訓練模式》，國立交通大學館理學院管理科學研究所碩士論文。
- 18、譚士屏（2001）：《台灣報紙產品市場競爭行為分析（1988-1999）》，國立政治大學新聞研究所碩士論文。

伍、英文書目

1、Albarran,A.B. (1996) .Media economics : Understanding markets,industries, and concepts.

Ames, Iowa State University.

2、Beam, Randal (1996) : How Perceived environmental uncertainty influences the

marketing orientation of U.S. daily newspapers . Journalism and Mass Communication Quarterly,73 (2)

- 3 、 Boyd, Harper and Orvill Walker (1990) : Marketing Management, A Strategic Approach, IRWIN, Illinois.
- 4 、 Compaine , B .M. (Eds.) (1984) : Who owns the media ? 2ndEd White Plains, NY : Knowledge Industry Publication.
- 5 、 Davis , D., & Robinson , J.P. (1989) : Newsflow and democratic society in an age of electronic media. In G. Comstock (Eds.) . Public Communication and Behavior, Vo.2. New York : Academic.
- 6 、 DeFleur , M. L.& Ball –Rokeach , S. (1989) : Theories of mass communication. 5th Ed. New York : Longman.
- 7 、 Demers, D. P. & Wackman. D. (1988) : Effect of chain ownership on newspaper management goals. Newspaper Research Journal, 19,59-68
- 8 、 Deng, Shengliang , (1994) : Guidelines for Marketing in Sub-Saharan Africa, Journal of International Marketing, Vol.2, No.3.pp.35~44.
- 9 、 Dillon, Madden & Carolina (1990) : Marketing Research in a Marketing Environment, Times Mirror / Mosby College Publishing.
- 10 、 Dimmick , J.,& Rothenbuhler, E. (1984) : The theory of the nich : Quantifyinf competition among media industries. Journal of Communication, 34 (1)
- 11 、 Don E. Schultz , Stanley I . , Tannembbaum Tobert and F . Lauterborn(1993/05) : Intergrated Marketing Communications , Communications World , Vol : 101ss : 5 .
- 12 、 Eide, M (1997) : A new kind of newspaper ? Understanding a popularization process . Media, Culture & Sociaty, 19, 173~182
- 13 、 Ferguson, J .M. (1983) : Daily newspaper advertising rates , local ownership, newspaper_chains and media competition. The Journal of Law and Economics, 26, 635~654
- 14 、 Gaunt , Philip(1990) : Choosing the news : The profit factor in news selection . New York : Greenwood Press .
- 15 、 Herman, Edward S., & McChesney, Robert W. (1997) : The global media : The new missionaries of corporate capitalism , London and Washington : Cassell .
- 16 、 Hughes , Arthur M . (1994) : Stratgic Database Marketing , Chicago : Probus Publishing.
- 17 、 Kotler, Philip, (2001) : A framework for Marketing Management , Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey .
- 18 、 Lacy , S . (1988) : The impact of inter-city competition on daily newspaper competition . Journalism Quarterly , 65, 399~406 .

- 19、Lacy , S . , & Fico , F . (1990) : Newspaper quality and ownership : Rating the groups . Newspaper Research Journal ,11, spring , 42~56 .
- 20、McCarthy , Jerome , Stanly , Shapiro and William Perreault , (1992) : Basic Marketing , IRWIN , Illinois .
- 21、McQuail , D . (2000) : Mass Communication Theory : an Introduction , 2nd edn,London : Sage .
- 22、Morton , J.(1994) : Worried publishers enter the information age . San Francisco Examiner , April 24 , A15 .
- 23、Picard . Robert G . (1991) : Cost analyses of predation involving free circulation subsidiaries of paid newspaper . Journal of Media Economics , Summer ,4 , 19~43
- 24、Porter , Michale , (1990) : The Competitive Advantage of Nations , Free Press , New York . .
- 25、Shani , David & Sujana Chalasani(1992) : Exploiting Niches Using Relationship Marketing , The Journal of Consumer Marketing ,9 (3) , Summer , PP.33~42
- 26、Soloski , J .(1979) : Economics and management : The real influence of newspaper groups , Newspaper Research Journal , Norembor , 1 , 19~28
- 27、Sommers , Montrose , James Barnes , William Stanton , Michael Etzel and Bruce Walker , (1995) : Fundamentals Of Marketing , McGraw-Hill Ryerson Limited , New York .
- 28、Vernon , Raymond (1966) : International Investment and International Trade in the Product Cycle , Quarterly Journal of Economics , May , PP.190~207
- 29、Novelli D . William (1989/1990 Winter) : Some Thoughts on Intergrated Marketing Communications , Public Relations Quarterly , Vol : 341ss : 4 .
- 30、Wang , Ting-Yu Tiffany (2001) : The strategic positioning of online newspapers as digital marketplaces . Paper presented at The International Conference on Media and Culture Development in the Digital Era . 2001 , March 28~30 .