

參考文獻

一、中文書籍

- 王淑芬(1995)。《投資學》，台北：華泰。
- 王石番(1991)。《傳播內容分析法－理論與實證》，台北，幼獅。
- 戎撫天(2005)。〈電視商務產業的經營與未來發展〉，《數位時代的有線電視經營與管理》。台北；正中。
- 李政忠(2003)。〈媒介組織及產品的行銷與促銷管理〉，《新世紀媒體經營管理》。台北：雙葉書廊。
- 李明、周宜芳、胡瑋珊、楊美齡譯(2006)。《長尾理論：打破 80/20 法則的新經濟學》。台北：天下遠見。(原書 Chris Anderson [2006] .*The Long Tail: Why the Future of Business Is Selling Less of More*, Commonwealth Publishing Co., Ltd.,)
- 李美華等譯(2005)。《社會科學研究方法》，台北：時英。(原書 Earl Babbie[2001]. *The Practices of Social Research 9E*)
- 周家如(2003)。《股市侏儸紀：台北股市的醬缸紀實》。台北：華文網。
- 陳炳宏(2001)。〈有線電視系統與頻道市場集團化〉，《傳播產業研究》。台北：五南。
- 陳炳宏、王泰俐(2003)。〈媒介內容產製與流程管理〉，《新世紀媒體經營管理》。台北：雙葉書廊。
- 陳志賢(2005)。〈商業電視是樁既剝削又歧視的生意？-電視商品閱聽人的生產與家庭論述〉，《新聞學研究》，83：167-209。
- 陳俐雯譯(2005)。《把舞台搬進辦公室》，台北：商智文化。(原書 Stan Davis & David McIntosh[2005]. *The Art of Business*, San Francisco , CA, USA, Sunbright Publishing Co. Ltd.)
- 陳玉箴譯(2005)。《媒介與傳播研究法指南》，台北：韋伯。(原書 KLAUS Bruhn Jensen etc [2002]. *A Hand Book of Media and Communication Research*)

- 陳芸芸譯(2002)。《媒介、傳播與文化》，台北：韋伯。(原書 James Lull [2000]. *Media, Communication, Culture*)
- 陳智文譯(2000)。《言而無礙：口語溝通的四個秘密武器》，台北：城邦。(原書 Raymond Dizazzo. *Saying The Right Thing*)
- 馮建三譯(1994)。《媒介經濟學》。台北：遠流。
- 黃葳威(2004)《閱聽人與媒體文化》。台北：揚智文化。
- 彭光治(2004)。《股戲 走過半世紀的台灣證券市場》。台北：早安財經文化。
- 楊志弘、莫季雍譯(1996)。《傳播模式》，台北：正中。
- 張錦華等譯(1995)。《傳播符號學理論》，台北：遠流。(原書 John Fiske [1990]. *Introduction to Communication, Routledge*)
- 張宏源、蔡念中等著(2005)。《媒體識讀：從認識媒體產業、媒體教育，到解讀媒體文本》，台北：亞太圖書。
- 張福榮(1996)。《金融行銷》。台北：五南。
- 褚瑞婷(2006)。〈新聞自由不可箝制，人民期待不可違背—2005年台灣新聞傳媒議題回顧〉，《國策分析》。
- 趙怡(2005)。〈有線電視產業展之困境與未來〉，《數位時代的有線電視經營與管理》。台北：正中。
- 蔡念中、劉立行、陳清河編著(1996)。《電視節目製作》。台北：五南。
- 蔡念中(2005)。〈無線電視與有線電視數位化競爭策略〉，《數位時代的有線電視經營與管理》。台北：正中。
- 蔡念中、張宏源(2005)。《匯流中的傳播媒介—以美國與台灣為例》。台北：亞太圖書。
- 劉美琪(2004)。《行銷傳播論》。台北：雙葉書廊。
- 劉幼琍(1997)。《多頻道電視與觀眾：90年代的電視媒體與閱聽人收視行為研究》。台北：時英。
- 鄭明椿(2003)。《換個姿勢看電視》。台北：揚智文化。

鄭明椿譯(2002)。《解讀電視》，台北：遠流。(原書 John Fiske & John Hartley[1978].

Reading Television, Metjien & Co. Ltd.)

蔡琰(2000)。《電視劇：戲劇傳播的敘事理論》，台北，三民。

盧育明(2005)。《行為財務學》，台北：商鼎文化。

賴瑞鳳(1990)。《決戰三小時》，台北：非凡出版社。

謝金乾(1998)。《散戶投資大亨》，台北：上鼎文化。

謝章富(1988)。《電視節目主持研究》，台北：合記出版庄。

謝穎青(2005)。〈台灣數位視訊發展的挑戰與展望〉，《通訊科技與法律的對話》。

台北：天下遠見。

關尚仁(2004)。從媒介經營角度看收視聽率。廣電人教育訓練講習。

羅世宏譯(2004)。《傳播理論：起源、方法與應用》，台北：五南。(原書 Werner J.

Severin, James W. Tankard Jr. *Communication theories : origins, methods, and uses in the mass media*, 4 th ed.)

嚴平譯(1997)。《詮釋學》，台北：桂冠。

蕭湘文(2005)。《廣告傳播》，台北：威仕曼文化。

蘋果日報，(2006/11/30)「人人都是張國治 投顧老師解盤 誇張又臭屁 外號叫鱷魚卻學狼叫 有人愛耍狠像演霹靂火」。

二、學術論文

王舜偉(2002)，〈廣播賣藥節目研究-媒介系統依賴理論之觀點〉，南華大學傳播管理研究所碩士論文。

李昭毅(1997)。《台灣地區衛星電視頻道競爭地位與個體環境對競爭策略的影響》。銘傳管理學院傳播管理研究所碩士論文。

林立人(2004)，〈股市投資者對「財訊快報」使用與滿足之研究〉，中國文化大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文。

- 周一玲(2001)，〈財經網路媒體經營模式之關鍵成功因素探討〉，國立臺灣大學國際企業學研究所碩士論文。
- 胡睿涵(2006)，〈財經新聞台收視行為之研究-以非凡新聞台為例-〉，國立臺灣藝術大學應用媒體藝術研究所碩士論文。
- 陳怡如(2005)，〈電視購物頻道促銷策略對購買意願之影響〉，國立臺灣大學商學研究所碩士論文。
- 陳滢潔(2005)。〈電視購物頻道閱聽人使用與滿足之研究〉，中國文化大學新聞研究所碩士在職專班碩士論文。
- 張克擎(2005)，〈流行時尚電視節目行銷策略之研究：以 TVBS-G「女人我最大」節目為例〉，銘傳大學傳播管理研究所在職專班碩士論文。
- 張雅芳(2005)，〈電視財經節目與投顧分析師可信度之研究〉，銘傳大學傳播管理研究所在職專班碩士論文。
- 黃登維(2005)，〈電視購物銷售金融商品的關鍵成功因素〉，實踐大學企業管理研究所碩士論文。
- 葉華鏞(2001)，〈有線電視收視戶對於「購物頻道」收視動機、收視行為與購買行為之關聯性研究－以大台北地區為例－〉，國立中山大學傳播研究所碩士論文。
- 楊繼群(2005)，〈電視收視調查資料於節目編排運用之探討-以綜合頻道週間黃金時段為例-〉，國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 鄒淑霞(2005)，〈電視購物頻道評選節目主持人之研究〉，銘傳大學傳播管理研究所在職專班碩士論文。

三、英文書籍

Barry Schwartz(2006). Navigating the paradox of choice. *ECR Journal : International Commerce Review*.St. Gallen:Spring 2006(6), 11-43.

Barry Schwartz(2006). *For Consumers, Less Can Be More*. Multichannel New. New York: 27,Iss.27;pg.33

Chater,K. (2002). *Research for Media Production*, 2th ED. Oxford: Focal Press.

Kolter&Armstrong.(2005). *Marketing; an introduction*, 7th ED. New Jersey: Prentice Hall, Inc.

Katz,E., Blumler, J.G.&Gurevitch, M., (1974). *The Use of Mass Communication: Current Perspectives on Gratification Research*, Bererly Hill: Sage.

Rubin ,A .,& Perse, E(1987), *Audience activity and television news gratification*, *Communication Research* ,9(Febburary),pp.58-84.

Rubin, Alan M.(2000). *Impact of Motivation, Attraction and Parasocial Interactionon Talk Radion Listening*. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, Fall2000, Vol. 44 Issue 4, pp.635~654 .

Webster,J. G. & Phalen,P. F. (1997). *The mass audience: Rediscovering the dominant model*. Mahwah, New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.

Staiger, Janet(2005). *Media reception studies*. New York : New York University Press.

Webster, James G(1997). *The mass audience : rediscovering the dominant model*. Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates.

Philo, Greg (1999). *Message received : Glasgow Media Group research, 1993-1998*. Harlow, Essex, England ; New York : Longman,.

DeWerth-Pallmeyer, Dwight(1997). *The audience in the news*. Mahwah, N.J. : Lawrence Erlbaum Associates.

四、未出版之其他

高政義(2006)，「媒介經濟學」課堂導讀「美學經濟與風格社會」投影片。

證券投資信託及顧問法。上網日期 96 年 4 月 2 日，取自中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會網站 <http://www.sitca.org.tw/I0000/files/證券投資信託及顧問法.doc>。

中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會會員及其銷售機構從事廣告及營業活動行為規範。上網日期 96 年 4 月 2 日，取自中華民國證券投資信託暨顧問商業同業公會網站 [https://member.sitca.org.tw/K0000/files/CWeb/本會會員及其銷售機構廣告行為規範條文%20\(核定版\).doc](https://member.sitca.org.tw/K0000/files/CWeb/本會會員及其銷售機構廣告行為規範條文%20(核定版).doc)

