

參考文獻

● 中文文獻

- 王乃純譯(2005)。《媒體巨擘—全球二十大媒體品牌的行銷策略》，台北：沃爾文化。(原書 Mark Tungate [2004]. *Media Monoliths: How great media brands thrive and survive*. London: Kogan Page.)
- 王秀紅、謝臥龍、駱慧文(1994)：《醫療行為中性騷擾盛行情形之調查》。台北：八十三學年度衛生署專題研究成果報告。
- 王彩雲(2004)：《2004 出版年鑑》。台北：行政院新聞局，頁 18-21。
- 出版情報(2008, 2)：《2007 年度雜誌類排行榜》。台北：出版情報雜誌第 225&226 期合刊，頁 126-127。
- 尼爾森公司(2007)：尼爾森公司〈媒體大調查〉。台北：尼爾森台灣分公司。
- 向陽(2003)：〈文學雜誌與台灣新文學發展〉，台北：文訊雜誌第 213 期，頁 8-12。
- 江佳陵(2004)：《電視新聞台主播形象指標之建構》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 江惠頌譯(2005)：《品牌管家—奧美 360° 品牌傳播管理》，台北：滾石文化。(原著 Blair M., Armstrong R. & Murphy M. (2003). *The 360 degree brand in Asia: Creating more effective marketing communications*. New Jersey: John Wiley & Sons.)
- 江雅琳(2004)：《品牌形象及生活型態影響男性時尚雜誌消費行為之研究》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 行政院新聞局(2006)：《2006 出版年鑑》。台北：行政院新聞局。
- 吳雯玉(2004)：《從品牌權益的附加價值分析宅配產業之鑑價機制》。國立高雄第一科技大學行銷與流通管理所碩士論文。
- 李宗儒(2005)：《產品涉入、顧客滿意度與轉換成本對品牌轉換的影響》。南台科技大學國際企業系碩士論文。
- 李明仁(2001)：《虛擬社群與網友忠誠度之研究》。國立台灣科技大學資訊管理系碩士論文。
- 李思慧(2004)：《閱聽眾之知覺品質與品牌聯想影響收視行為之研究—以有線電視新聞為例》。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 李珮琳(2001)。《品牌態度與品牌忠誠類型之關聯性》。國立台灣大學心理學研究所碩士論文。
- 林秀津(2005 年 6 月 9 日)。〈網路股品牌價值大躍進〉，《工商時報》，第六版。
- 林振春(1992)：〈德惠法(Delphi Technique)〉，台北：民意月刊第 196 期，頁 82-101。
- 俞國定(2002)：《知識內容產業的成長策略—以商業周刊媒體集團為例》。國立政治大學科技管理研究所 EMBA 碩士論文。

- 洪順慶(2001)：《品牌：行銷之根》。台北：《哈佛商業評論精選》，頁 18。
- 徐文琪(1999)：《顧客滿意度與忠誠度關係之研究－以台北市機車市場為例》。大同工學院事業經營研究所碩士論文。
- 徐秀慧(2004)：《戰後初期台灣的文化場域與文學思潮的考察》。國立清華大學中國文學系博士論文。
- 高萃珊(2004)：《文化商品品牌行銷指標之建構》。中國文化大學新聞研究所碩士論文。
- 動腦雜誌(2008, 6)：〈2007 年台灣媒體廣告營收推估〉。台北：動腦雜誌第 386 期，頁 78-79。
- 商業周刊(2007)：〈1000 期特別報導〉。台北：商業周刊雜誌第 1000 期，頁 60-66。
- 張瑞禎(2004)。〈民主進化論「異議」非凡〉。
<http://www.libertytimes.com.tw/2004/r-s/r-s040330-1.htm>，上網日期：2008 年 3 月 31 日。
- 張騰蛟(2003)：〈筆與槍結合的年代－簡述早期軍中文藝及文藝刊物之興起與發展〉，台北：文訊雜誌第 213 期，頁 35-42。
- 陳致魁(1999)：《關係品質對網路書店顧客忠誠物影響之研究》。大葉大學資訊管理研究所碩士論文。
- 陳萬達(2005)：《媒介管理》。台北：揚智文化事業。
- 彭建彰、呂旺坤(2005)。《品牌行銷與管理》，台北：華泰文化。
- 彭榮祥(1995)：《顧客滿意度與品牌忠誠度關係之研究－以消費性電子產品為例》。文化大學國際企業管理研究所碩士論文。
- 曾義明、廖本哲、簡詠喜(2004)：〈產品價值、品牌信任、品牌情感與品牌忠誠度關係之研究〉，《企業管理學報》，61：29-50。
- 經濟日報(2008 年 4 月 23 日)。〈Google 品牌價值 全球第一〉，《經濟日報》，第 A8 版。
- 詹宏志(2004)：《世界版圖中的亞洲位置》。台北：2004 年第三屆台北國際雜誌研討會。
- 劉沐雅(2001)。《網路書店購書意願影響因素之研究》。國立中山大學企業管理學系碩士論文。
- 潘淑滿(2003)：《質性研究－理論與應用》。台北：心理出版社。
- 蔡幼青(2003)。《彩妝品品牌忠誠度之研究》。淡江大學管理科學學系碩士論文。
- 鄭智偉(2003)。《文化產業品牌管理模式應用研究初探－以台灣表演藝術產業為例》。國立政治大學廣告學系研究所碩士論文。
- 蕭蕭(2003 年 7 月號)：〈台灣詩刊概述〉，台北：文訊雜誌第 213 期，頁 73-78。
- 賴永忠(1993)：《台灣地區雜誌發展之研究－從日據時期到民國八十一年》。國立政治大學新聞研究所碩士論文。
- 韓志剛(1997)：《零售業顧客滿意度與顧客忠誠度之研究》。淡江大學管理科學研究所碩士論文。

● 英文文獻

- Aaker, D., A. (1991). *Managing Brand Equity*. New York: The Free Press.
- Aaker, D., A. (1992). The value of brand equity. *Journal of Business Strategy*, 13(4), 27-32.
- Aaker, D. A., (1996). *Building Strong Brand*. New York: The Free Press.
- Assael, H. (1998). *Consumer behavior and marketing action (6th ed.)*. Ohio: South-Western College Pub.
- Baldinger, A. A., & Robinson, J. (1996). Brand loyalty: The link between attitude and behavior. *Journal of Advertising Research*, 36(6), 22-34.
- Brosius, H. B., Mallory, W., & Weimann, G. (1992). The loyalty of television viewing: How consistent is TV viewing behavior? *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 26(1), 321-335.
- Cina, C., (1989). Creating an effective customer satisfaction program. *Journal of Consumer Marketing*, 6(4), 31-40.
- Chernatony, L. D. & McWilliam, G., (1989). The varying nature of brands as assets: Theory and practice, *International Journal of Advertising*, 8(4), 339-350.
- Churchill, G. A. Jr., & Surprenant, C., (1982). An investigation into the determinations of customer satisfaction, *Journal of Marketing Research*, 19(4), 491-504.
- Gupta, U. G., & Clarke, R. E. (1996) Theory and applications of the Delphi technique: A bibliography (1975-1994). *Technological Forecasting and Social Change*, 53(2), 185-211.
- Cohen, J., (2002). Television viewing preference: Programs, schedules, and the structure of viewing choices made by Israeli adults. *Journal of Broadcasting and Electronic Media*, 46(2), 204-221.
- Doyle, P., (1989). Building successful brands: the strategic options. *Journal of Marketing Management*, 5(1), 77-95.
- Fahety, V., (1979). Continuing social work education: "Resulte of delphi survey", *Journal of Education for Social Work*, 15 (1) ,12-19.
- Feldwick, P. (1996). What is brand equity anyway, and how do you measure it? *Journal of the Market Research Society*, 38(2), 85-104.
- Holden, M. C., & Wedman, J. F., (1993). Futures issues of computer-mediated communication: The results of a delphi study. *Educational Technology Research and Development*, 41(1), 5-24.
- Hosmer, L. T. (1994). Trust: The connecting link between organizational theory and philosophical ethics. *The Academy of Management Review*, 20 (2), 379-386.
- Hunt, H. K. (1977). *Conceptualization and measurement of consumer satisfaction and Dissatisfaction*. Cambridge, Mass: Marketing Science Institute.

- Kolter, P. (2003). *A Framework for Marketing Management (2nd ed.)*. New Jersey: Pearson Education.
- Linstone H.A., & Turoff, M., (2002). *The Delphi method: techniques and applications*. MA: Addison-Wesley.
- Mark Tungate (2004). *Media Monoliths: How great media brands thrive and survive*. London: Kogan Page.
- Mead, D.M., (1992). *Innovations in Nursing Care: The Development of Primary Nursing in Wales Unpublished Report*. London: Department of Health.
- Mitchell, V. W., (1993). The delphi technique: An exposition and application. *Technology Analysis & Strategic Management*, 3(4), 333-358.
- Moorman C., R. Deshpande., & G. Zaltman. (1993). Factors affecting trust in market relationships, *Journal of Marketing*, 57(2), 20-38.
- Morgan, R. M., & Hunt, S. D. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*, 58(3), 20-38.
- Murry, J.W., & Hammons, J.O., (1995). Delphi: A versatile methodology for conducting qualitative research. *The Review of Higher Education*, 18(4), 423-436.
- Ogilvy, D., (1983). *Ogilvy on Advertising*. Toronto: John Wiley and Sons.
- Oliver R. L., (1981). Measurement & evaluation of satisfaction process in retail setting. *Journal of Retailing*, 57(3), 18-48.
- Oliver R. L., (1999). Whence consumer loyalty. *Journal of Marketing*, 63 (4), 33-44.
- Owen S., (1993). *The Landor ImagePower Survey: A Global Assessment of Brand Strength in Brand Equity & Advertising*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Parasuraman, A., Zeithaml, V.A., & Berry, L.L. (1994). Reassessment of expectations as a comparison standard in measuring service quality: implications for further research. *Journal of Marketing*, 58(1), 111-124.
- Parente, F. & J. Anderson-Parente., (1987). *Delphi Inquiry Systems: Judgmental Forecasting*. New York: John Wiley & Sons.
- Reinartz, W. J., & Kumar, V., (2000). On the profitability of long-life customers in a non-contractual setting: An empirical investigation and implications of marketing. *Journal of Marketing*, 64(4), 17-35.
- Sun, L., (2002). The experiential dimensions of Internet shopping: An ethnographic analysis of online store websites. *Asian Journal of Communication*, 12(2), 79-99.
- Thorsten, H. T., Gwinner, K. P., & Gremler, D. D. (2002). Understanding relationship marketing outcomes: An integration of relational benefits and relationship quality. *Journal of Service Research*, 4(3), 230-247.