

## 參考書目

### 中文部分

- 王育群(2000)：〈簡介二十一世紀台灣發展觀光新策略〉，《大葉學報》，p15-17。
- 王舜皇(2002)：《三項元宵節活動吸引力與舉辦地特性之比較研究》。朝陽科技大學休閒事業管理研究所。
- 朱詣璋(2000)：〈IMC 時代的媒體策略〉，《動腦雜誌第 285 期》，p40-42。
- 交通部觀光局(2000)：《觀光遊樂服務業—遊樂場(區)業調查報告》。
- 宇若霏(2004)：《政府宣導置入電視新聞節目之表現方式分析》。文化大學新聞研究所。
- 李瑋聆(2003)：《2001 年立法委員選舉聯合競選文宣之構成—台北市北區民進黨候選人聯合文宣形成之參與觀察》。文化大學新聞研究所。
- 余逸玫(1995)：《整合行銷傳播規劃模式之研究—以消費性產品為例》。政大企管研究所。
- 汪玉頻(2004)：《民俗節慶活動運用整合行銷傳播之研究：以大甲媽祖文化節為例》。世新大學傳播研究所。
- 邱映慈(2000)：《整合行銷傳播在選舉行銷上之運用—以 1998 年台北市長選舉為例》。輔仁大學大眾傳播研究所。
- 吳家州(2001)：《產品置入之行銷溝通效果研究》。政大科技管理研究所。
- 吳振宇(1998)：《候選人競選策略之研究：1997 年新竹縣長選舉之分析》。中正大學政治學研究所。
- 林韋萱(2004 年 7 月)：〈台灣越來越好玩〉，《遠見雜誌 217 期》，p198-204。
- 邵正宏(2001)：《非營利電視台之行銷策略研究：以慈濟大愛與好消息頻道為例》。師大大眾傳播研究所。
- 胡幼慧等(1996)：《質性研究：理論、方法及本土女性研究實例》。巨流：台北。

- 洪順慶（1999）：《行銷管理》。新陸：台北。
- 許美惠（1999）：《電影中產品置入之廣告效果研究》。文化大學新聞研究所。
- 許安琪（2003）：《整合行銷傳播引論》。學富文化事業：台北。
- 高俊雄（1996）：〈觀光旅遊區經營開發之規劃與推動〉，《觀光管理學報》，p11-12。
- 陳一香（2004）：〈「產品置入行銷」對電視節目製播與媒體生態的影響：以本土偶像劇節目為例〉，第十二屆廣告暨公共關係學術與實務研討會論文。
- 陳向明（2002）：《社會科學質的研究》。五南：台北。
- 陳湘東（2000）：《節慶活動與企業贊助動機之研究》。朝陽大學休閒事業管理學研究所。
- 郭瓊隆（1999）：《整合行銷傳播規劃在網路行銷上應用－以台灣電子商店為例》。輔大大眾傳播研究所。
- 張在山（1994）：《公共關係》。五南：台北。
- 張宏源（1999）：《媒體規劃策略與實務》。傳播教育：台北。
- 張錦華（2004年9月19日）：〈政府應停止任何形式之置入性行銷〉，《中國時報 A4 版》，p11-12。
- 曹勝雄（2001）：《觀光行銷學》。揚智出版社：台北。
- 葉碧華（1999）：《大型觀光節慶活動效益評估之研究－以台北燈會為例》。文化大學觀光事業研究所。
- 黃葳威（2004）：《閱聽人與媒體文化》。揚智出版社：台北。
- 黃新生（1987）：《媒介批評：理論與方法》。五南：台北。
- 黃齡嬌（2003）：《整合行銷傳播工具之應用與效果評估研究－以線上遊戲為例》。師大大眾傳播研究所。
- 黃世輝（2001）：〈社區自主營造的理念與機制〉，《建築情報》，p42-46。
- 游瑛妙（1999）：《節慶活動的吸引力與參觀者對活動品質滿意度分析》。靜宜

大學觀光系。

廖翠華(2003):《整合行銷傳播在廣播電台行銷上之應用—亞洲電台個案研究》。世新大學傳播研究所。

廖淑君(2004):《政府置入性行銷法律議題之研究》。世新大學法律研究所。

鄭自隆(2003):〈媒體話題—置入式行銷不是毒蛇猛獸〉,《動腦雜誌四月號》。

鄭自隆(2003年3月17日):〈平議十一億採購之爭〉,《自由時報A9版》。

鄭自隆(2003年12月9日):〈置入性行銷應該規範,不必禁止〉,《自由時報A9版》。

鄭貞銘(1999):《公共關係總論》。五南:台北。

劉修祥(1994):《觀光導論》。揚智:台北。

劉美琪、許安琪、漆梅君、于心如(2000):《當代廣告:概念與操作》。學富文化事業:台北。

駱焜祺(2002):《觀光節慶活動行銷策略之研究—以屏東縣黑鮪魚文化觀光季活動為例》。中山大學公共事務管理研究所碩士論文。

薛明敏(1984):〈觀光的概念〉,《交通建設》,p1-5。

謝宥慧(2002):《產品置入電子媒介對消費者品牌態度之影響》。東吳大學企管研究所。

韓培爾(1998):《社會科學方法論:量化與質化Q&A》。風雲論壇:台北。

羅文坤(1991):《行銷傳播學》。三民:台北。

### 翻譯書籍部分

王昭正、朱瑞淵譯 / Jorgensen,D.L.著(1999):《參與觀察法》。揚智:台北。

王鎬、洪敏莉譯 / Larry Percy 著(2000)。《整合行銷傳播策劃—從企劃、廣告、促銷、通路到媒體整合》。台北:遠流出版社。(原著作出版年:1997)

李天任、藍莘等譯 / Roger D.Wimmer & Joseph R.Dominick著(1995):《大眾

媒體研究》。亞太圖書：台北。

李美華等譯 / Earl Babbie 著 (1998) : 《社會科學研究方法》。時英：台北。

吳宜臻、李素卿譯 / Estber Thorson & Jeri Moore 著 (1999) : 《整合行銷傳播》。五南圖書：台北。

吳怡國、錢大慧、林建宏譯 / Don E.S., Stanley I.T., & Robert F.L 著 (1999) : 《整合行銷傳播－21 世紀企業決勝關鍵》。滾石文化：台北。

### 英文部分

Anderson,D.S. (1992) . “Identify and Responding to Activist Publics: A Case Study.” in Public Relations Research(4) ,151.

Balasurebramanian,S.K.(1994). “Beyond Advertising and Publicity : Hybrid Messages and Policy Issues .” in Journal of Advertising 23(December) ,29-46.

Cristel A,Russell.(1998). “Toward A Framework of Product Placement .” in Advertising in Consumer Research,25 ,357-362.

Cunningham (1995) . “Event Marketing : State of the Industry and Research Agenda .” in Festival Management & Event Tourism ,123-127.

Deighton,Romer and Mcqueen(1989). “Using Drama to Persuade .” in Journal of Consumer Research,16(december) ,p335-343.

Dilenschneider(1991). “Marketing Communication in the Post-Advertising Era.” in Public Relations Review Vol.17,227-236.

Duncan ,T.and Everett , S. (1993) . “Client Perception of Integrated Marketing Communications.” in Journal of Advertising Research ,30-39.

Duncan T.& Moriarty , S.E. (1998) . “A Communication-Based Marketing Model for managing Relationships.” in Journal of Marketing , Vol : 62 , 1-13.

Duncan T.& Caywood C , (1996) . “The concept , process , evolution of

integrated marketing communication , in integrated in  
commu-nication.” in Advertising Age , Vol : 64 , Oct.11.

Getz (1991) .Festivals Special Events and Tourism. New York,p120.

Gronstedt A. (1996) . ” IMC-Public : A Interactive Model Between  
Organizations and Stakeholders.” in Integrated in Communication :  
synergy of uasive voices , N.Y. : Lawtrnce Erlbaum  
Associates ,333-360.

Getz,D. (1991) Festivals , Special events.And Tourism.NewYork : VNB.

Gupta & Gould (1997) . ” Consumers’ Perceptions of the Acceptability of  
Product Placements in Movies:Product Category and Individual  
Differences.” in Journal of Current Issues and Research in  
Advertising , 19(1),37-50.

Gupta & Lord (1998) . ” Product Placement in Movies:The Effect of  
Prominence and Mode on Audience Recall.” in Journal of Current  
Issues and Research in Advertising , 20(1),47-59.

Govani,Shinan (1999.2.10) . “Product Placement in Movies - Is it really  
so Bad?.” in The Christian Monitor.

Hinch,T.D. (1996) Urban Tourism : Perspectives on Sustainability .  
Sustainable Tourism , 4 , 2 : 95-100.

Larry Percy (1997) . ” Strategies for Implementing Intergrated Marketing  
Communications.” in American Marketing Association , Lincolnwood,  
III : NTC Business Books.

Mcintosh,Robert W.and Charles R.Goeldner (1990) . Tourism : Principles ,  
Practices,Philosophies(6thed).NewYork : John Wiley & Sons Inc.

Miller,M.C. (1990) .Seeing throught Movies. New York:Pantheon.

Nebenzahl,I.D. and E. Secunda (1993) . “Consumers’ Attitudes toward  
Product Placement in Movies.” in International Journal of  
Advertising,12(2),1-12.

- Pardun, Carol J. & McKee, Kathy Brittain (2000) . " Product Placements as Public Relations: An Exploratory Study of the Role of the Public Relations Firm" in Public Relations Review, 25(4), 481-493.
- Peterson, L.A. & Wang, P. (1996) . " Integrated marketing communication : Examining planning and executional considerations." in Integrated Communication : synergy of persuasive voices (Thorson, E & Moore)
- Pola B. Gupta and Kenneth R. Lord (1998) . Product Placement in Movies: The Effect of Prominence and Mode on Audience Recall." in Journal of Current Issues and Research in Advertising, 20(1), 47-59.
- Pola B. Gupta, Siva K. Balasubramanian and Michael L. Klassen (2000) . Viewers' Evaluations of Product Placements in Movies: Public Policy Issues and Managerial Implications." in Journal of Current Issues and Research in Advertising, 22(2), 41-52.
- Robert Jackson (1997) . Making Special Events Fit in the 21<sup>st</sup> century. Champaign, IL Sagamore Pub.
- Schultz, D.E., Tannenbaum, S.I., & Lauterborn, R.F. (1993) . Integrated marketing communication—pulling it together & making it work. Lincolnwood, IL : NTC Publishing Group.
- Schultz, D.E. (1997) . Check Out Your Level of Integration. Marketing News, 8 (18), 10-16.
- Thorson E. & Westerman J.W (Eds) (1996). Integrated in Communication: Synergy of persuasive voice, New York : Lawrence Erlbaum Associates.
- Watt (1998) . Event Management in Leisure and Tourism. Wesley Co, P60-67.
- Wood, M.B. (1997) . " Clear IMC Goals Build Strong Relationships." in Marketing News, 31(13). Date: Jun 23, 1997, p1, 15.
- Yarbrough, J.F. (1996) . " Implementing IMC—with ease." in Marketing, Sep : 73. New Jersey, 1996.