

## 參考書目

### 英文部份

Berthon , P. (1996). The World Wide Web as an advertising medium: Toward an understanding of conversion efficiency. *Journal of Advertising Research*, 36 (1), 43-53.

Bhat, S., Bevans, M. & Sengupta, S. (2002). Measuring users' web activity to evaluate and enhance advertising effectiveness. *Journal of Advertising*, 31(3), 97-106.

Brenner, M., Brown, J. & Canter, D. (1985). *The Research interview, uses and approaches*. London ; Orlando: Academic Press.

Brian Morrissey (2003). *Hitwise launches U.S. online measurement service*. Retrieved December 20, 2003 from <http://www.clickz.com/news/article.php/2201121>

Crabtree, B. F. & Miller, W. L. (1999). *Doing qualitative research*. Thousand Oaks, Calif. ; London: SAGE.

dc.internet.com Staff (2001). *JobsOnline selects comScore as measurement partner*. Retrieved January 10, 2004 from <http://dc.internet.com/news/article.php/784541>

Dreze, X. & Zufryden, F. (1998). Is Internet advertising ready for prime time?. *Journal of Advertising Research*, 38 (3), 7-18.

Ephron, E. (1997). Or is it an elephant? Stretching our minds for a new Web pricing model. *Journal of Advertising Research*, 37(2), 96-98.

Goldsmith, R. E. & Lafferty, B. A. (2002). Comparing the effectiveness of the Web site with traditional media. *Internet research:Electronic networking applications and policy*, 12 (4), 318-328.

Ha, L. (1996). Observations: advertising clutter in consumer magazines:

Dimensions and effects. *Journal of Advertising Research*, JULY/AUGUST 76-84.

Harvey, B. (1997). The expanded ARF model: Bridge to the accountable advertising future. *Journal of Advertising Research*, March/April 11-20.

Kassaye, W. W. (1999). Sorting out the practical concerns in World Wide Web advertising. *International Journal of Advertising*, 18 339-361.

Leong, E., Huang, X. & Stanners, P. (1998). Comparing the effectiveness of the Web site with traditional media. *Journal of Advertising Research*, 38(5), 44-49.

MacKenzie, S. B., Lutz, R. J. & Belch, G. E. (1986). The role of attitude toward the ad as a mediator of advertising effectiveness: A test of competing explanations. *Journal of Marketing Research*, 23 130-143.

Maddox, K. (2001). Merger may mean standard measures. *Philip B Clark ; B to B.Chicago*, 86(21), 1-2.

Miller, B. (2002). Driven by lower costs, Internet advertising is making a comeback. *The Daily Record*, A3.

Novak, T.P. & Hoffman, D. L. (1997), New Metrics for New Media: Toward the Development of Web Measurement Standards. *World Wide Web Journal*, Winter, 2(1), 213-246.

Tynan, D. (2003). Web ads on the rebound?. *Sales and Marketing Management*, 155(2), 17-18.

Weinreb, M. (2002). Measuring online success. *Sales and Marketing Management*, 154(4), 12.

Yoon, S. J. & Kim, J. H. (2001). Is the Internet more effective than traditional media? Factors affecting the choice of media. *Journal of Advertising Research*, 41(6), 53-60.

網站

Nielsen//NetRatings : [www.nielsen-netratings.com](http://www.nielsen-netratings.com)

日本 Nippon Research Center : [www.nrc.co.jp](http://www.nrc.co.jp)

美國互動廣告局 : [www.iab.net](http://www.iab.net)

## 中文部份

Padgett, D. K. (2000). *質化研究與社會工作*. 台北市: 洪葉文化.

Wimmer, R. D. (2002). *大眾媒體研究導論*. 台北市: 學富文化.

Zeff Robbin (2000). *廣告 Any Time : 網際網路廣告*. 台北市: 漢智電子商務.

王皓正 (2003.01.17)。 蕃薯藤今年可望獲利. *經濟日報*, 28 版.

江典嘉 (1986)數位廣播業者經營策略分析-以中國廣播公司為例。國立中正大學電訊傳播研究所碩士論文。

何英煒 (2003.09.27)。 網路家庭電子商務營收 今年拚 10 億元. *工商時報*

何英煒 (2003.10.10)。 網路產業回春 四大入口網站 營收起飛. *工商時報*

吳佳倫 (2003)。 25 億元的網路商機-4 大網站經理人談 2003 年台灣網路廣告發展. *廣告雜誌*, 142 86-95.

吳閔蕙 (2003). *電子商務時報*. Retrieved July 21, 2003 from 中山大學, 傳播管理研究所 Web site: <http://www.ectimes.org.tw/readnews.asp?id=4861>

呂懿婷 (2001)從 BBS 站廣告版閱聽人的質性分析來看對廣告效果研究的啟示。國立政治大學廣告研究所碩士論文。

林玲妃 (2003.10.10)。 合併 Yahoo!奇摩廣告營收飆. *中國時報*

林玲妃 (2004.01.06)。 兩岸網路廣告 熱滾滾. *中國時報*

林玲妃 (2004.01.16)。 營收成長 奇摩一年賺上億元. *中國時報*

邱滢憶 (1996)。 看一次多少錢? 從寶齡和 Yahoo!的合作談網路廣告計價方式. *廣告雜誌*, 64 104-111.

- 施心慧 (2002)。 絢爛後貴平淡的網路媒體。 *廣告雜誌*, 136 104-108.
- 洪順慶 (1998)。 *行銷管理學*. 台北市: 新陸.
- 英漢大眾傳播辭典編委員會 (1983)。 *英漢大眾傳播辭典*. 台北市: 台北市新聞記者公會.
- 孫蓉萍 (2003.01.22)。 美廣告市場春意轉濃。 *經濟日報*, 9 版.
- 高玉芳 (2001)尋找閱聽人：網際網路閱聽人調查方法及其相關問題之探討。國立政治大學廣播電視研究所碩士論文。
- 張文慧 (1998)。 *如何利用 Internet 行銷*. 台北市: 聯經.
- 張憶芬 (2004)。 網路行銷-最貼近消費者的主流媒體。 *廣告雜誌*, 155 118-119.
- 莊樹穎 (2001)網路廣告定價之研究。銘傳大學傳播管理研究所碩士論文。
- 連雋偉 (2003.12.13)。 華爾街現在很中國。 *中國時報*
- 郭良文 (2001)。 *臺灣的廣告發展*.台北市: 學富文化.
- 陳萱潔 (2003.04.07)。 新浪網全球資深副總裁張蒞政：新浪目前在中國網路廣告的市占率達四成。 *聯合報*, A7 版.
- 創市際市場研究顧問 (2004)。 2004/04 台灣網路調查報告。 *廣告雜誌*, 157 115.
- 彭志平 (2003.12.09)。 大陸垃圾電郵 年五百億封。 *中國時報*
- 黃俊英 (1999)。 *行銷研究 管理與技術*.台北市: 華泰.
- 黃菁菁 (2003.05.26)。 日本網路廣告市場逐漸抬頭。 *中央社*
- 黃嘉裕 (2003.01.29)。 廣告量去年衰退 6.7%。 *經濟日報*, 5 版.
- 黃馨瑤 (2000)內容網站型態與橫幅廣告表現方式對廣告效果之影響。國立政治大學資訊管理研究所碩士論文。

新華網 (2004). *中國網路廣告市場僅佔全球 1%*. Retrieved May 11, 2004 from [http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/it/2004-05/07/content\\_1455541.htm](http://big5.xinhuanet.com/gate/big5/news.xinhuanet.com/it/2004-05/07/content_1455541.htm)

楊偉慶 (2003). *2002 年中國網路廣告支出接近 5 億元*. Retrieved May 11, 2004 from <http://news.chinabyte.com/20030307/1655745.shtml>

資訊工業策進會 (2001). *2000-2004 台灣電子商務產業前瞻 網路廣告篇*. 台北市: 資策會.

劉一賜 (1999). *網路廣告第一課：蠻荒西部角力賽的生存之道*. 臺北市: 時報文化.

劉建宏 (1999) *網際網路廣告支持制網站價值創造模式之研究*. 東吳大學會計研究所碩士論文。

潘淑滿 (2003). *質性研究：理論與應用*. 台北市: 心理.

編輯室 (2003). *e21 摩奇創意-行銷創意稱風雅 網路行銷導先河*. *動腦雜誌*, 113 66-67.

編輯室 (2003). *銀河互動-整合數位行銷專業技術的網路顧問*. *動腦雜誌*, 113 66-67.

鄭自隆、莊伯仲與朱文禎 (2000). *台灣網路廣告市場趨勢分析*. 台北市: 台灣有線視訊寬頻網路發展協進會.

鄭真 (1986) *臺灣地區各種收視率調查方法之比較研究*. 國立政治大學新聞研究所碩士論文。

黎榮章 (2001). *網路廣告效果評估*. *動腦雜誌*, 300 105-107.

黎榮章 (2003). *解讀網路廣告的效果-網路廣告運用廣告曝數、點選數的侷限*. *廣告雜誌*, 144 62-65.

羅文坤 (1986). *行銷傳播學*. 台北市: 三民.

羅淑貞 (2001). *新世紀網路廣告 擺脫頻寬夢魘*. *廣告雜誌*, 117 116-119.

羅邁凱 (2001). *網路廣告唯有標準化才有生路*. *廣告雜誌*, 116 120-122.

鐘英華 (1999)網路廣告聯播中心經營模式研究。國立政治大學企業管理研究所碩士論文。

網站

中時聯播網(現已改為中時行銷頻道)：[www.cyberone.com.tw](http://www.cyberone.com.tw)

中國天極網：[www.chinabyte.com](http://www.chinabyte.com)

中國新華網：[big5.xinhuanet.com](http://big5.xinhuanet.com)

知世網絡：[www.wwwins.com](http://www.wwwins.com)

創市際市場研究顧問公司：[www.insightexplorer.com](http://www.insightexplorer.com)

資策會：[www.find.org.tw](http://www.find.org.tw)

摩奇創意股份有限公司：[www.e21magicmedia.com.tw](http://www.e21magicmedia.com.tw)