

參考書目

中文部分：

- 王石番(1989) 《傳播內容分析法—理論與實證》。台北：幼獅。
- 王宗安(1993) 《我國報紙對候選人報導分析之研究：民國八十一年二屆立委選舉探討》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 王冠翔(2000) 《政治行銷：候選人形象定位及認知差異之研究—以台灣2000年總統大選為例》。元智大學管理研究所碩士論文。
- 王蘭英(2001) 《2000年總統大選候選人報紙廣告策略研究》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 李培元(1997) 《政治商品化理論》。台北：揚智。
- 李郁青(1996) 《媒介議題設定效果的第二面向—候選人形象設定效果研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 李蓉姣(1987) 《政治廣告策略之研究—民國74年台北市議員競選傳單之內容分析》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 吳宜蓁、李素卿譯， E. Tborson & J. Moore 編 (1999) 《整合行銷傳播》。台北：五南。
- 吳統雄(1994) 〈「形象投票」預測模式在台北市實施的效果研究〉，《民意研究季刊》，189期，頁41-44。
- (1995) 〈傳播與投票行為—『7535：選民結構』與『形象投票』新理論建構〉，《政治大學新聞教育六十週年學術研討會—台灣政治傳播環境變遷：選舉、民意》，頁4-1 - 4-16。
- 吳蕙芬(1999) 《候選人形象研究：以83年與87年台北市長候選人陳水扁為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 邱映慈(1999) 《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碩士論文。
- 周慶祥(1996) 《國民黨、民進黨、新黨候選人報紙競選廣告之內容分析—以八十四年台北市立委選舉為例》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 林秀容(1993) 《選民投票取向與選舉行銷之研究—以高雄市選民為例》。中山大學企管研究所碩士論文。
- 范揚松、黃俊英(1993) 《選戰贏家—選舉行銷理念與實戰智慧》。台北：管

理科學學會。

- 胡晉翔(1994) 《大眾傳播與社會運動：框架理論的觀點》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 胡淑裕 (1987) 《大眾媒介塑造政治人物形象之研究—孫運璿、林洋港、李登輝之個案分析》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 金溥聰 (1997) 〈報紙的形象設定效果研究：以民國八十三年台北市長選舉為例〉，《新聞學研究》，第55集，頁 203-223。台北：政治大學新聞研究所。
- 施冰冰(2003) 《台灣報紙競選廣告推薦人之研究：1989~2002》。政治大學廣告研究所碩士論文。
- 侯漢君(2005) 〈國民黨主席選舉的過程與政治效應〉，《台灣民主季刊》，第2卷第3期，頁117-23。
- 高照芬 (1997) 《1996年總統選舉四組候選人電視競選廣告策略研究：定位與廣告表現》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 翁秀琪(1992) 《大眾傳播理論與實證》。台北：三民。
- 張永誠 (1991) 《選戰行銷—如何在競爭中獲勝》。台北：遠流。
- (1993) 《非營利行銷—選戰實務篇》。台北：遠流。
- 陳世敏 (1992) 〈候選人形象與選民投票行為〉，《新聞學研究》，第46集，頁 151-167。台北：政治大學新聞研究所。
- 陳芸芸 (1999) 《議題設定理論第二層次探析—以台北市公娼存廢議題為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳柏州(2002) 《候選人競選新聞發布策略分析—2001年宜蘭縣立法委員選舉個案研究》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 陳玲玲(2001) 《政黨電視競選廣告對政黨形象塑造之研究—以2001年立法委員選舉為例》。世新大學傳播研究所碩士論文。
- 陳建宏(2000) 《分析台灣報紙對「柯林頓 / 陸文斯基緋聞事件」的報導—以中央日報、中國時報、聯合報為例》。淡江大學傳播所碩士論文。
- 陳琇玲譯，T. Brannan 著 (2000) 《完全搞懂整合行銷傳播》。台北：麥格羅希爾。
- 陳義彥 (1986) 〈我國投票行為研究的回顧與展望〉，《思與言》，第26卷第6期，頁1-29。
- 陳義彥、陳世敏 (1992) 《七十八年選舉的報紙新聞與廣告內容分析》。台

- 北：業強。
- 陳麗婷 (1998) 《1998台北市長選舉三黨候選人文宣策略分析》。文化大學新聞研究所碩士論文。
- 許安琪(2001) 《整合行銷傳播引論》。台北：學富。
- 梁世武(1994) 〈1994年台北市長選舉之預測—候選人形象指標預測模式之驗證〉，《選舉研究》，第1卷第2期，頁97-130。
- 梁世武編(2000) 《民調、策略、廣告與選舉策略論文集》。世新民調中心。
- (2006) 《政治傳播與競選策略》。台北：五南。
- 彭 芸 (1990) 《政治傳播：理論與實務》。台北：巨流。
- (1992) 《政治廣告與選舉》。台北：正中。
- (2001) 《新媒介與政治：理論與實証》。台北：五南。
- 鈕則勳 (2002) 《競選傳播策略：理論與實務》。台北：韋伯。
- (2005) 《政治廣告：理論與實務》。台北：揚智。
- 游秀齡 (1982) 《大學生對我國新起政治人物的印象研究—以台籍政治人物邱創煥、林洋港、李登輝為研究對象》。中興大學公共政策研究所碩士論文。
- 葛永光(2005) 〈國民黨主席選舉—意義與挑戰〉，《台灣民主季刊》，第2卷第3期，頁125-31。
- 雷飛龍 (1992) 《台灣的選舉制度與投票行為》，政治大學國際關係研究中心中文叢書系列第九十三冊，頁 225-242。
- 雷飛龍、陳世敏、陳義彥 (1984) 〈候選人的競選議題內容與策略之研究—民國72年增額立委選舉期間報紙與候選人傳單之內容分析〉。政治大學選舉研究中心。
- 廖唯超 (2001) 《2000年總統大選候選人報紙競選廣告之形象塑造研究》。政治大學政治研究所碩士論文。
- 鄭夙芬 (1993) 〈候選人形象與選民投票行為的關聯性分析〉，《選舉行為與台灣地區的政治民主化—從第二屆立法委員選舉探討》，行政院國家科學委員會專題研究計劃成果報告，計劃編號：NSC82-0301-H004-034-B2，第五章，頁 62-81。
- 鄭自隆(1991) 《政治廣告訊息策略及效果之研究—1989年選舉兩黨候選人報紙廣告內容分析》。政治大學新聞研究所博士論文。
- (1992) 《競選文宣策略—廣告、傳播與政治行銷》。台北：遠流。

- (1995) 《競選廣告—理論、策略、研究案例》。台北：正中。
- (2004) 《競選傳播與台灣社會》。台北：揚智。
- 蔡佳洹(1998) 《候選人競選策略之研究：民國八十七年台北市長選舉》。政治大學政治研究所碩士論文。
- 蔡美瑛、陳蕙芬 (1998) 〈整合行銷傳播在高科技產業行銷上之應用—以 Computex Taipei'96 英代爾 (Intel) 公司參展個案為例〉，《民意研究季刊》，第 204 期，頁 46-62。
- 潘國華(1998) 《總統候選人形象研究—以一九九六年總統直選為例》。政治大學新聞研究所碩士論文。
- 劉美琪(2004) 《行銷傳播概論》。台北：雙葉書廊。
- 謝敏捷(2005) 〈國民黨主席選舉後台灣政黨政治與2008大選的分析〉，《台灣民主季刊》，第 2 卷第 3 期，頁 133-37。
- 簡琬璧(2002) 《李登輝的報紙形象—以聯合報、自由時報為例》。淡江大學傳播所碩士論文。
- 嚴蘭芳(2003) 《政黨競選廣告媒體策略分析：1994~2002》。政治大學廣告研究所碩士論文。
- 顧慧蘭 (1998) 《民國八十六年台北縣長競選傳單之內容分析》。政治大學政治研究所碩士論文。

英文部分：

Boulding, K. E. (1969). *Image Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor, MI: University of Michigan Press.

Bowes, J. E. & Strentz, H. (1978). "Candidate image: Stereotyping and the 1976 debates." In B. Ruben(Ed.), *Communication Yearbook 2*, pp.391-406. New Brunswick, NJ: Transaction Books.

Campbell, A., Philip E. C., Warren M. & Donald Stokes (1960). *The American Voter*. New York: John Wiley & Son's, Inc.

Campbell, A. (1966). "Interpreting the presidential victory." In M.C. Cunnings Jr. (eds.) *The National Election of 1964*. Washington, D.C.: The Brookings Institution.

Campbell, A., Guren, G. & Miller, W. E. (1954). *The Voter Decides*. Chicago, IL: University of Chicago Press.

Dennis, J., Chaffee, S. H. , & Choe, S. V. (1979). Impact in partisan, image and issue voting, in S. Kraus (ed.) *The Great Debates: Carter vs. Ford, 1976*, pp.314-330. Bloomington, IN: Indiana University Press.

Duncan, T. (1993). Integrated marketing? It is synergy, *Advertising Age*, 64:10, 2.

Duncan, T. (1993). To fathom integrated marketing, dive! , *Advertising Age*, 64:43, 18.

Duncan, T.R., Caywood, C. L. & Newsom, D.(1993). "Task-force on Preparing Advertising and Public Relations Students for the Communication Industry in the 21st Century: A Report of the Task Force on Integrated Communications " Paper presented to the Annual Convention of the Association for Education in Journalism and Mass Communication. Kansas City.

Fedler, F. , Meeske, M. & Hall, J. (1979). "Time magazine revisited: Presidential stereotypes persist." *Journalism Quarterly*, Vol.56, No.3.

Graber, D. A. (1972). Personal qualities in presidential images: the contribution of the press. *Midwest Journal of Political Science*, 16, pp.46-76.

Iyengar, S. & Kinder, D. R. (1987). *News that matters: television and American opinion*. Chicago : University of Chicago Press.

Keller, K.L.(1998).*Strategic brand managemt: building measuring, and managing brand equity*. NJ: Prentice-Hall.

Kotler, P. (1975). "Overview of Political Candidate Marketing", *Advances in Consumer Research*, Vol.2, p.763.

Kotler, P. (1991). *Marketing Management: analysis, planning, implementation and control*. NJ: Prentice Hall, Inc.

Kotler, P. & Levy, S. J. (1969). "Broadening the Concept of Marketing", *Journal of Marketing*, Vol.33, pp. 10-15, January.

Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. New York: Macmillan.

Mauser, G. A. (1983). *Political Marketing: An Approach to Campaign Strategy*. NY: Praeger.

McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory: An Introduction*. Beverly Hills, CA: Sage.

- McCombs, M. E. & Shaw, D. L. (1972). The agenda-setting function of mass media, *Public Opinion Quarterly*, 36, pp.176-187.
- McCombs, M. & D. Evatt, (1995). *Issues and attributes: exploring a new dimension in agenda-setting*. Manuscript prepared for Communication Sociedad, a publication of the University of Navarra in Pamplona, Spain.
- Merrill, J. C. (1962). The image of the United States in ten Mexican Dailies. *Journalism Quarterly*, 39, pp.203-212.
- Merrill, J. C. (1965). How time stereotyped three U.S. presidents? *Journalism Quarterly*, 44, pp.563-570.
- Miller, A. H., Martin P. Wattenberg & Oksana Malanchuk, (1986). "Schematic assessments of presidential candidates." *American Political Science Review*, 80, pp.521-540.
- Natchez, P. B. & Bupp, I. C. (1968). "Candidates, issues, and voters." *Public Policy*, 17, pp.409-437.
- Nimmo, D. & R. L. Savage, (1976). *Candidates and Their Images: Concepts, Methods and Finding*. Pacific Palisades, CA: Goodyear Publishing Company Inc.
- O haughnessy, N. (1990). *The Phenomenon of Political Marketing*, New York: St. Martin Press.
- Patterson, T. E. (1989). "The press and candidate images." *International Journal of Public Opinion Research*, 1(2), pp.123-135.
- Pike, G. R. (1985). *Toward a transactional model of political images: Collective images of the candidates in the 1984 election*. Paper presented at the International Communication Association Convention, Honolulu, HI.
- Pokin, S. L. (1991). *The reasoning voter: communication and persuasion in presidential campaigns*. Chicago: University of Chicago Press.
- Putnam, R.D.(1976). *The comparative study of political elites*. Englewood Cliffs, N. J.: Prentice-Hall, Inc.
- Rarick, D. L. , Duncan, M. B. , Lee, D. G. , & Porter, L. W. (1977). The Carter persona: An empirical analysis of the rhetorical visions of campaign'76, *Quarterly Journal of Speech*, 63, pp.258-273.
- Schumpeter, J. (1976). *Capitalism, Socialism and Democracy*, London: George Allen & Unwin.

Sigel, R. S. (1964). "Effect of partisanship on the perception of political candidates." *Public Opinion Quarterly*, 28, pp.483-496.

Shea, D. M. , Burton, M. J. (2001). "Campaign craft: *The strategies, tactics, and art of political campaign management*. Westport CT: Praeger.

Zandpour, F. (1985). 1984 presidential candidates, *Voter's Cognitive Styles and Preferences*. Paper presented at the International Communication Association Convention, Honolulu, HI.