

## 參考文獻

### ■ 中文文獻

1. 王美音譯 (1998), Leonard-Barton, D (1995), 《知識創新之泉——智價企業的經營》(The Wellsprings of Knowledge), 台北市:遠流出版公司。
2. 王孟邦(2001),《虛擬社群管理、社群績效、與獲利模式關係之探討》, 國立政治大學資訊管理學系碩士論文。
3. 王昭懿 (2001),《大學實驗室創新平台之研究-以台灣醫學工程領域實驗室為例》, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
4. 李仁芳、賴建男與賴威龍 (1997),《台灣 IC 設計業中技術知識特質與組織動態能耐之研究》, 1997 年科技管理研討會。
5. 李仁芳 (2003),『創新管理』課程教材, 國立政治大學科技管理研究所。
6. 吳思華 (2001),《知識經濟、知識資本與知識管理》, 知識資本在臺灣, 臺北市, 遠流出版。
7. 吳思華等 (2001), 知識資本在臺灣。台北市, 遠流出版。
8. 吳豐祥、謝慶龍 (2002),《技術知識特質對知識管理作為的影響之實證研究》, 知識經濟與科技創造力培育國際研討會。
9. 吳豐祥 (2003),『研發管理』與『技術預測』課程教材, 國立政治大學科技管理研究所。
10. 吳心慈 (2000),《臺灣生技製藥廠商之技術知識特質與技術網路之研究》, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
11. 花櫻芬 (1995),《高科技事業中技術知識特質與知識資源吸收之研究》, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
12. 涂瑞德 (1998),《技術特質、產品團隊特性與組織動態能耐關連之研究》, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文
13. 陳宗文 (2002),《知識創新社群與產業創新》, 國立政治大學科管所博士班論文計畫書。
14. 黃文輝 (2000),《技術知識特質、組織文化因素與內、外部技術網路之研究》, 輔仁大學管理學研究所碩士論文。

15. 詹子瑩、李仁芳 (2003),《使用者網路協作創新社群組織平台之理論建構》, 產業創新與知識經營研討會暨論文研討會論文集。
16. 詹子瑩、李仁芳 (2003),《線上使用者社群參與新產品創新模式之差異比較》, 中華民國科技管理學會年會暨論文研討會論文集。
17. 劉江彬 (2004),《智慧財產管理總論》, 台北市, 華泰文化出版。
18. 溫肇東, 陳碧芬著 (2003),《栽一顆創業種籽: 創業學習平台的布建與複製》, 台北市, 商智出版。
19. 經濟部工業局 (2003), 數位內容產業白皮書。
20. 賴建男 (1997),《台灣 IC 設計業中技術知識特質與組織動態能耐之研究》, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
21. 賴威龍 (1997),《組織知識流通之研究——以臺灣資訊硬體業為例》, 國立政治大學科技管理研究所碩士論文。
22. 謝宛蓉 (2003),《自我、書寫、網路: 網路個人媒體自我書寫的意義初探》, 國立政治大學新聞研究所碩士論文。
23. 謝慶龍 (2001),《從 PC 時代到 IA 時代——日本半導體廠商之技術知識特質與知識管理做為之研究》, 國立政治大學經營管理碩士學程科技管理組碩士論文。
24. 藝立協 (2003),《Blog 部落格獻上出版、網路日誌實作》, 台北市, 上奇科技出版。
25. 羅懷英 (1999),《技術知識特性·組織知識平台與情境對組織知識流通之影響: 以工研院電通所為例》, 輔仁大學管理學研究所未出版碩士論文。
26. 顧淑馨(2004) 譯 Prahalad,C.K. and Ramaswamy,V. (2004),《消費者王朝—與顧客共創價值》(The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers), 台北市, 天下雜誌出版。

## ■ 英文文獻

1. Armstrong, A. G. and Hagel, J. (1996), "The Real Value of On-line Communities", Harvard Business Review, Vol. 74, Iss.3
2. Armstrong, A. G. and Hagel, J. (1997), Net Gain: Expanding Markets through Virtual Communities", Harvard Business School Press
3. Cooper, D. R. and Emory C. W.(1995), Business Research Methods, 5th

- ed., Richard D. Irwin
4. Edvinsson, L. & Sullivan, P. (1996), “Developing a Model for Managing Intellectual Capital”, European Management Journal, Vol. 14. No. 4 August pp.356-364
  5. Garud, R. & Nayyar, P. R. (1994), “Transformative Capacity: Continual Structuring by Intertemporal Technology Transfer”, Strategic Management Journal, 15(5): 365-385.
  6. Hagel, J. and Singer, M. (1999), “Net Worth: Shaping Markets when Customers Make the Rules”, McKinsey & Company
  7. Mole, C., Mulcahy, M., O'Donnell, K., and Gupta, A. (1999), “Making real sense of virtual communities”,  
<http://www.pricewaterhousecoopers.com>
  8. Nonaka, I. and Takeuchi, H. (1995), The Knowledge-Creating Company, New York : Oxford University Press
  9. Norman, R. and Ramiretz, R. (1993), “From Value Chain to Value Constellation: Designing Interactive Strategy”, Harvard Business Review, 171(4):65 - 77
  10. Polanyi, M. (1958), Personal Knowledge, London: Routledge
  11. Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2000), “Co-opting Customer Competence”, Harvard Business Review, 78(1):79-87
  12. Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2002), “The Co-Creation Connotation”, Strategy+ Business, Second Quarter, 27: 1-12
  13. Prahalad, C.K. and Ramaswamy, V. (2004), The Future of Competition: Co-creating Unique Value with Customers.
  14. Ramiretz, R. (1999), “Value Co-production: Intellectual Origins and Implications for Practice and Research”, Strategic Management Journal, 20(1): 49-65
  15. Simon, H. (1979), The Architecture of Complexity. The Science of the Artificial, Cambridge, MA: MIT Press.
  16. Spek, R. & Spijkervet, A. (1996), “A Methodology for Knowledge Management”, Tutorial Notes of The 3rd World Congress on Expert Systems, Seoul, Korea.
  17. Thomke, S. and von Hippel, E. (2002), “Customers as Innovators: A

- New Way to Create Value”, Harvard Business Review, 80(4): 74- 81
18. Tyre, M. (1991) , “ Managing the Introduction of New Process Technology :International Differences in a Multi-Plant Network”, Research policy, 20: 57-76
  19. Urban, G. & E. von Hippel, (1988) , “ Lead User Analysis for the Development of New Industrial Products”, Management Science, 34.
  20. Utterback, J. M. (1994), Mastering the Dynamics of Innovation, Boston (MA):Harvard University Press
  21. Yin, R. K. (1994) ,Case Study Research: Design and Methods, 2nd ed., SAGE Publications

#### ■ 網站資料

1. 微軟新聞 (2003/6/19) : 《全新 MSN Messenger 6 展現超炫的個人新風格》。 <http://www.microsoft.com/taiwan/press/2003/0619.htm>
2. 微軟新聞 (2004/3/22) : 《MSN Messenger 俱樂部帶動全球網友互動分享》。 <http://www.microsoft.com/taiwan/press/2004/0322.htm>
3. MSN Messenger 俱樂部網站 <http://ilovemessenger.msn.com>
4. 阿貴動畫網站 <http://www.a-kuei.com.tw>
5. 大頭玩網站 <http://www.myplay.com.tw>
6. 電視豆網站 <http://www.tvbean.com>
7. Ideabean 網站 <http://www.ideabean.com.tw>
8. 願境網訊網站 <http://www.skysoft.com.tw>
9. 滾石可樂網站 <http://www.rockacola.com>.