

參考書目

一、中文部分

- [1] Karl T. Ulrich & Steven D. Eppinger, Product Design and Development, McGraw-Hill, Inc, 1995 (宋同正, 蔡登傳譯, 產品設計與開發, 華泰文化事業公司, 1997年7月)
- [2] Mike Boxter, 1998, 產品設計與開發, 張建成譯, 一版, 六合出版社, 台北
- [3] Robert Blaich and Janet Blaich, 2003, 產品設計與企業策略—競爭優勢環節的管理, 楊敏英譯, 一版, 六合出版社, 台北
- [4] Robert G. Cooper, Product Leadership, Perseus Books, 1998 (巫宗融譯, 新產品完全開發手冊, 遠流, 2000年)
- [5] Robert J. Thomas, New Product Development, John Wiley & Sons, Inc., 1993 (鄭三俠譯, 新產品研發, 智勝文化, 1995年)
- [6] 小島敏彥, 新產品開發管理, 日刊工業新聞社, 1996年7月 (蔣永明譯, 新產品開發管理, 中衛發展中心, 2002年)
- [7] 仁寶電腦股份有限公司, 民國八十七、八十八、八十九、九十、九十一、九十二、九十三年度股東會年報。
- [8] 王尹 (2001), 管理學
- [9] 官政能 (民91), 論工業設計之問題關係及其展望, 實踐學報第三十三期, 民國91年6月。
- [10] 官政能 (民84), 產品物徑-設計創意之生成、發展與應用, 藝術家出版社
- [11] 杜拉克等著、張玉文譯 (2000)。《哈佛商業評論精選—知識管理》(Harvard Business Review on Knowledge Management。)臺北：天下遠見, 頁21-22。
- [12] 彼得·杜拉克(Peter F. Drucker)著、劉真如譯(2002)。《下一個社會》(Managing in the Next Society: Beyond the Information Revolution)。臺北：商周, 頁38。
- [13] 王長發 (民91), 新產品開發活動中之溝通個案研究~以傳統產業為例, 國立中正大學企業管理研究所碩士論文。
- [14] 江正信 (民89) 高階經營團隊與企業策略決策模式, 組織學習傾向, 創新能力及經營績效之關係研究, 國立成功大學企業管理研究所碩士論文。
- [15] 何明泉, 宋同正, 陳國祥, 黃東明, 1997, 影響設計策略之要素分析研究, 設計學報, 第二卷, 第一期, 頁79-92
- [16] 宋同正, 遊萬來, 洪偉肯, 1999, “台灣資訊業設計策略與設計績效之個案研究”, 科技學刊, 第八卷, 第三期, 頁245-252
- [17] 宏碁股份有限公司, 中華民國八十八、八十九、九十、九十一、九十二、九十三年度股東會年報。

- [18] 李元墩，陳忠謙，「企業主管領導型態與員工溝通滿足及組織承諾關係之研究—以臺灣石化業為例」，長榮學報，第2卷，第2期，民國87年，頁47-67。
- [19] 李新富，1996，“企業設計策略管理之研究“，台中商專學報第二十八期，頁631-680
- [20] 周文祥、慕心編譯，彼得杜拉克著（民87），「巨變時代的管理」，臺北，中天。
- [21] 官振萱，「林百里給部屬造雲霄飛車」，天下雜誌，民92年12月15日。
- [22] 明基電通股份有限公司，中華民國八十八、八十九、九十、九十一、九十二、九十三年度股東會年報。
- [23] 林國文（民89）產品設計開發過程中企業設計溝通模式與設計品質之相關性研究，國立成功大學工業設計研究所碩士論文
- [24] 張文智，1998，設計政策與設計策略在產品設計之應用，工業設計，第二十七卷，第一期，頁2-7
- [25] 組織行為-管理的觀點，Robert Albanse & David D. Van Fleet,吳定、陳錦德、黃靖武合譯
- [26] 許文宗(民93)，代工範疇變化主動程度之研究-以台灣國際代工廠商為例，國立政治大學企業管理學系未出版之博士論文。
- [27] 設計，創新動能升級台灣，洪震宇，天下雜誌314期
- [28] 陳兆元（民92）「我國筆記型電腦產業 OBM/ODM/OEM 模式下，新產品開發階段與開發團隊特質、績效衡量指標關係之研究」，輔仁大學管理學研究所碩士論文，。
- [29] 陳建華（民92），工業設計與產業創新之關連性初探。
- [30] 陳重任（民86）「台灣企業邁入自有品牌之企業策略與設計參與研究」，成功大學工業設計研究所碩士論文
- [31] 陳振甫，”設計專案管理與公司策略之結合”，產品設計與包裝， Vol.53，pp.42-45，1994
- [32] 陳振祥、李吉仁(民86)，「ODM 的成因與策略運作—水平式產業下的策略聯盟型態」，中山管理評論，第5卷第3期，頁553-572。
- [33] 曾光華(1998)，行銷學，三民書局出版社。
- [34] 華碩電腦股份有限公司，中華民國八十八、八十九、九十、九十一、九十二、九十三年度股東會年報。
- [35] 黃哲誠，2003，事業策略、產品設計策略、設計部門角色 對新產品開發績效之影響，國立中央大學企業管理研究所碩士論文。
- [36] 黃慧雯（民89）：《高雄報社記者組織內部溝通媒介之運用：從媒介豐富性理論和社會性影響模式理論看起》，國立中山大學傳播管理研究所碩士論文。
- [37] 新產品開發：設計與定位、流程、績效評估之整合性管理研究，楊長林，民91
- [38] 業設計單位於產品開發活動中創新管理之研究，邱文雅，民93
- [39] 葉枝龍，2002，數位化資訊時代工業設計師在產品開發過程中所應扮演之角

- 色，國立中央大學企業管理研究所碩士論文。
- [40] 葛曉靜（民 91）跨功能新產品開發團隊中介入與衝突之研究:以國內 1000 大製造業公司為例，國防管理學院管理研究所碩士論文。
- [41] 廖國鋒、范森與王湧水，2002，「從個體觀點探討組織成員因應組織變革之研究」，管理學報，第 19 卷，第 3 期，頁 451-474。
- [42] 製造業組織策略、設計策略與設計部門核心能力發展之個案探討，劉信宏，民 93
- [43] 趙郁文(民 87)，「跨國委託製造對台灣資訊電子廠商營運能力之提升效果」，中山管理評論，第 6 卷第 4 期，頁 1113-1136。
- [44] 劉嘉偉，2001，新產品發展活動中行銷與工業設計部門互動程度與績效之相關性研究，國立政治大學科技管理所研究所碩士論文。
- [45] 鄭源錦（2002），設計策略與管理
- [46] 鄭瑞城（1980）：〈組織傳播〉，臺北：三民書局。
- [47] 鄧成連（1994）在「工業設計師與管理者之間溝通重要性的研究」
- [48] 鄧成連（1995）國科會研究計畫”設計管理：產品設計專案管理之研究”
- [49] 鄧成連(1999) & 詹雅琪(2002)
- [50] 鄧成連，“設計管理-產品設計之組織、溝通與運作”，亞太圖書出版社，臺北，初版，1999
- [51] 鄧成連著設計管理-產品設計之組織、溝通與運作，鄧成連著
- [52] 鄧成連，2001，設計策略—產品設計之管理工具與競爭利器，初版，亞太圖書出版社，臺北
- [53] 贏明天的競爭：以設計力揮軍全球，2005 年 4 月 e 天下雜誌

二、英文部分

- [1] Balachandra, R. and Friar, J. H. (1997).“Factors For Success In R&D Projects And New Product Innovation: A Contextual Framework”, IEEE Transactions on Engineering Management, Vol. 44, No. 3, pp. 276-287.
- [2] Berlo, David K.,(1960).“ The Process of Communication,” N.Y.: Holt Rinehart and Winston
- [3] Berman, Evan M.(1998), Productivity in Public and Nonprofit Organizations: Strategies and Techniques. Thousand Oaks, London, New Delhi: Sage Publications. Davis, D.(1986), “Why Partnerships? Why not?,” in P. Davis(ed.), public-Private Partnerships : Improving Urban Life, New York: The Academy of Political Science, Vol. 36, No. 2, pp.1-3.
- [4] Bleicher, K., Bleicher, F. and H. Paul (1983), “Managerial Frameworks for Innovative Responses in High-Tech Organizations,” Business Horizons, Vol. 26, pp. 69-78. Kotler P. (2003). Marketing Management, Pearson Education, Inc., Upper Saddle River, New Jersey, p.255.

- [5] Bonner, J.M., 1999, "Customer Involvement in New Product Development: Customer Intensity and Customer Issues", The University of Minnesota, PHD
- [6] Booz, Allen, and Hamilton, (1982), *New Product Management for the 1980's*, NY: Booz, Allen and Hamilton, Inc.,
- [7] Calantone and E.J. Klein Schmidt (1986), "An Investigation into the New Product Process: Step, Difficiencies Impact," *Journal of Product Innovation Management*, 3, 71-85
- [8] Chandler, G. N., Keller, C. and Lyon , D. W. (2000), "Unraveling the Determinants and Consequences of an Innovation-Supportive Organizational Culture, " *Entrepreneurship Theory and Practice*, 25(1), 59-76.
- [9] Chung and Kim (2003)
- [10] Clark, K. B & Wheelwright, S. C. (1992),"Organizing and Leading Heavyweight Development Teams,"*Revolutionizing Product Development: Quantum Leaps in Speed, Efficiency and Quality*, NY, Free Press. Cooper and Kleinschmidt(1988) Bowersox, Donald J. and M. Mix , Cooper (1992) , 「 Strategy Marketing Channel Management 」 , McGraw-Hall , pp.339~363.
- [11] Cooper, R. G. *Winning at new products: Accelerating the process from idea to launch*, 2nd ed. , 1993
- [12] Cooper, R. G., and Kleinschmidt, E. J. (1996), "Winning Business in Product Development: The Critical Success Factors," *Research Technology Management*, vol.39, no. 4, pp. 18-29.
- [13] Cooper, R. G., Edgett, S. J., and Kleinschmidt, E. J. (2000), "New Problems, New Solutions: Making Portfolio Management More Effective," *Research Technology Management*, vol. 43, no. 2, pp. 18-33.
- [14] Cooper, R. G., Edgett, S. J., and Kleinschmidt, E. J. (2002a), "Optimizing The
- [15] Cooper, R. G., Edgett, S. J., and Kleinschmidt, E. J. (2002b), "Optimizing The Stage-Gate Process: What Best-Practice Companies Do—II," *Research Technology-Gate Process: What Best-Practice Companies Do—I*," *Research Technology Management*, vol. 45, no. 5, pp. 21-27. *Management*, vol. 45, no. 6, pp. 43-49.
- [16] Crawford & Benedetto (2000) , *New Products Management*, NY.
- [17] Cushway, Barry and Derek Lodge , 小知堂編譯組譯 「組織行為與設計」 , 臺北：小知堂，民國八十三年。
- [18] Davis, S., 1983, "What OD means to me," *Organization Development Journal*, Fall, pp.11-18.
- [19] Delia, J., O'keefe, B., & O'keefe, D. (1982) *The constructivist approach to communication*. In F.X. Dance(Ed.) *Communication theory*. New York: Harper & Row

- [20] Eisenhardt, K. & Schoonhoven, K. (1990), "Organizational growth: Linking founding team strategy, environment, and growth among U.S. semiconductor ventures, 1978-1988," *Administrative Science Quarterly*, .35, pp.504-529.
- [21] Fagenson-Eland, E. A., Marks, M. A., & Amendola, K. L. (1997). Perceptions of mentoring relationships. *Journal of Vocational Behavior*, 51, 29-42. Miller · 1995
- [22] Glauser, M. J. (1984). Upward Information Flow in Organizations : Review and Conceptual Analysis. *Human Relations*, 37 (8) , 613-643.
- [23] Goldhaber, G.M and Krivonos, P.D., "The ICA Communication Audit: Process,
- [24] Gorb, P. ,1990, Design management, Design Management Architecture Design and Technology Press, London.
- [25] Gruner, K. E. and Homburg, C.,(2000)"Does Customer Interaction Enhance New
- [26] Gupta, A. K. and V.Govindarajan, "Knowledge Flows and the Structure of Control within Multinational Corporations," *academy of Management Review*, Vol. 16,No. 4, pp.768-792 (1991).
- [27] Harold J. Leavitt & Jean Lipman-Blumen,(1995)"Hot Groups: Their Seeding, Feeding, Weeding and Harvesting", *Harvard Business Review*, July/Aug.
- [28] Hult, G.T.M., Hurley, R.F., and Knight, G.A., 2004, "Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance." *Industrial Marketing Management* 33, 429– 438.
- [29] Lahiff 和 Penrose (1997)
- [30] Larry, Greiner. & Metzger Robert(1983), "Consulting to Management"pp. 368.
- [31] Leenders, M.A. and Wierenga, B., "The effectiveness of different mechanisms for integrating marketing and R&D", *Journal of Product Innovation Management*, 19(4), pp. 305-317, 2002.
- [32] Lewicki, Roy J., and Joseph A. Litterer, *Negotiation*. Homewood, Illinois: Richard S. Irwin, Inc., 1985. Mac. Cormack & Verganti (2003)
- [33] Pace, R.W., & Faules, D. F. (1994) . *Organizational Communication* Third edition , New Jersey: Prentice Hall, Inc.
- [34] Penrose, J. M. (2000). The role of perception in crisis planning. *Public Relations Review*, 26(2), 155-171.
- [35] Robert Jackson.(1993), *Marking special event fit in the 21th century*,p. 104. Kahn (1996)
- [36] S.G.Huneryager and I.L.Heckman,*Human Relations in Management*(Cincinnati, Ohio : South-Western Pub.Co.,2nd ed.,1967)
- [37] Saren, M.A. (19984) AClassification and review of models of the intra firm innovation process. *R&D Management*.
- [38] Shannon, C., & Weaver, W. (1949). *The mathematical theory of communication*. Urbana: University of Illinois Press

- [39] Sieburg, E. & Larson, C. (1974). Dimensions of interpersonal response. Presented at the annual meeting of the Speech Communication Association, Phoenix.
- [40] Song X. M., Thieme R. and Xie J. (1998), "The Impact of Cross Functional Joint Involvement Across Product Development Stages: an Exploratory Study", *Journal of Product Innovation Management*, Vol. 15, pp.289-303
- [41] Status, Critique," *The Journal of Business Communication*, Vol.15, No.1, 1977,pp. 41-56.
- [42] Peng Song, Min Tang , Jinxiang Dong, 2001, "Collaborative Model for
- [43] Concurrent Product Design", *Computer Supported Cooperative work in design*,
- [44] *The Sixth International Conference*, pp212-217.
- [45] Topalian,A.(1980), *The Management of Design Projects*, Associated Business programmes Limiteds, London.
- [46] Woodman, Richard W, Sawyer, John E, Griffin, & Ricky W, "Toward a theory of organizational creativity", *Academy of Management. The Academy of Management Review*; Mississippi State, 1993.
- [47] Yin R.K(1994)., *Case study Research : Design and Method*, 2nd ed. ,Sage