

參考資料

壹、中文資料

一、碩博士論文

1. 王盈勛 (2002),「軟體產業的顧客知識運用、產權與組織型式」,國立政治大學科技管理研究所博士論文
2. 任秀芸 (2006),「從品牌觀點探討台灣企業部落格之發展」,國立政治大學管理碩士學程(AMBA)碩士論文
3. 吳苑如 (2001),「網站互動性與企業公關管理之研究」,國立交通大學傳播研究所碩士論文
4. 林吟品 (2006),「企業部落格創新採用之研究」,國立成功大學企業管理學系碩士論文
5. 林思元 (2006),「部落格在表演藝術網路行銷之使用研究」,國立中山大學藝術管理研究所碩士論文
6. 郭書祺 (2001),「企業運用網路公關之研究初探---從電腦中介傳播談起」,國立交通大學傳播所碩士論文
7. 陳信宏 (2005),「從 Blog 使用目的,探索部落格商機」,國立臺灣科技大學管理研究所碩士論文
8. 張元力(2005),「虛擬社群之價值共創活動 - 以 BBS 社群為例」,國立政治大學科技管理研究所碩士論文黃國禎 (2005),「初探 BLOG 在企業內部溝通的可行性」,國立政治大學廣告學系碩士論文
9. 蔡沛成 (2006),「部落格行銷與顧客關係之研究」,國立政治大學廣告研究所碩士論文

二、中文書籍

1. 榮泰生 (2001),「網路行銷-電子商務實務篇」,台北:五南出版
2. 劉明德、曹祥雲、方之光、顏宏旭 (2001),「電子商務導論」,台北:華泰出版
3. 劉威麟(Mr.6)(2007)「一夕爆紅網路效應」,台北:寶瓶文化出版

三、中文譯書

1. Fievet, Cyril & Turettini, Emily, 施瑞瑄譯(2006),「誰沒部落格—無形新大陸的無限可能」,台北:商周出版
2. Hagel III, J. & Armstrong, A. G., 朱道凱譯(1998),「網路商機 -- 如何經營虛擬社群」(Net gain: Expanding markets through virtual community),台北:臉譜出版
3. Nonaka, Ikujiro & Takeuchi, Hirotaka, 楊子江、林美音譯(1997),「創新求勝」,台北:遠流出版
4. Scoble, Robert & Israel, Shel, 李宛蓉譯(2006),「商業裸體革命」,台北:商周出版
5. Wright, Jeremy, 洪慧芳譯(2006),「部落格行銷(Blog Marketing)」,台北:麥格羅·希爾出版
6. 齋藤伸也&小暮正人, 丁小艾譯(2005),「商業部落格-運用部落格創造商機」,台北:中國生產力中心出版

四、文章

1. Lawrence Lessig, 劉靜怡譯(2008),「誰綁架了文化創意?」誰在部落格發聲」,聯合報,2008/3/2
2. 仇佩芬(2003),「亞洲網拍市場 火在燒 eBay 和 Yahoo! 競爭越加白熱化」,聯合報,2003/6/15
3. 何佩儒(2005),「鄒開蓮:台灣網拍市場 今年增五成」,經濟日報,2005/7/7
4. 李欣岳(2005),「員工化身部落客 把比爾蓋茲擋在門外的部落格」,e天下,2005/7/25
5. 林茂仁、何佩儒(2004),「雅虎奇摩拍賣網收費 eBay 物件暴增 台灣網拍進入收費時代」,經濟日報,2004/4/10
6. 許韶芹(2006),「雅虎收3%交易費 未違反公平法」,聯合報,2006/11/03
7. 許韶芹(2007),「奇摩網拍大功臣 洪小玲升總座」,聯合報,2007/7/25
8. 夏幼文(2008),「網路部落格 自己搞定行銷」,工商時報,2008/1/9
9. 梁定澎(2007),「感性訴求 建立形象」,經濟日報,2007/9/2
10. 張漢宜(2007),「企業必讀 六大部落格行銷術」,天下雜誌,370期,2007/04/25
11. 張幼芳(2006),「抗議網拍收費 600 賣家串連 雅虎奇摩要收3%成交費 賣

- 家發起成立公會反擊」，聯合報，2006/7/27
12. 蕭晴(2007)，「美國 Toyota 和部落格言論的相處之道」，動腦雜誌，2007/09/12
 13. 「部落客達人 經濟共榮圈」，動腦雜誌，2008/1/7
 14. 「毛寶部落格行銷 打動人心」，經濟日報，2007/09/02
 15. 「網路秀公關 燒議題」，動腦雜誌，2007/11
 16. 「最佳評審團特別獎：夏樹的期待灌溉」，天下雜誌，第 387 期，2007/12/19
 17. 「楊錦聰敲動心弦 推廣非主流音樂」，經濟日報，2006/12/31
 18. 「企業部落格煉金術 Blog Inc.」，e 天下，55 期，2005/7
 19. 「部落格風潮 席捲全世界」，中央社，2006/9/20
 20. 「研究：部落客多以書寫自我為主題」，法新社，2006/7/21

五、網路資料

1. David Becker (2004)，「微軟 Blog 強化社群交流」，
<http://taiwan.cnet.com/news/software/0,2000064574,20088768,00.htm>
2. 李怡志 (2006)，「企業部落格看起來要流行了」，
http://www.richyli.com/blog/2006/06/blog-post_25.html
3. 李怡志 (2007)，「第三屆華文部落格大獎評審後記」，
http://www.richyli.com/blog/2007/12/blog-post_21.html
4. 食夢黑貘(2007)，「從 MyBlogLog 看企業部落格」，2007/4/30，
<http://blog.yam.com/genehong/article/9832846>
5. 容顏 (2006)，「企業部落格到底行不行」，
<http://aopchen.blogspot.com/2006/06/inemkt.html>
6. 查理王(2007)，「企業部落格與企業網站大不同」，
http://b2b.travelrich.com.tw/subject01/subject01_detail.aspx?Second_classification_id=33&Subject_id=1582
7. 劉威麟(2006)，「【6 號成功分析室】Yahoo! 奇摩如何獨霸台灣網界？」，
<http://mr6.cc/?p=406>
8. 劉威麟(2007)，「Simple Life 企業部落格，不笑曲線的肥沃淨土」，
<http://mr6.cc/?p=826>
9. 愛麗絲 (2007)，「台灣 BSP 成立年表暨網路、部落格諸事記(條列版)」，
<http://www.askareiko.com/archives/001017.php>
10. 「企業部落格欲擴展 業主心態要調整」，資策會 FIND，2006/7/17，
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=news&id=4372>

11. 「個人部落格已成為人際交流重要管道 四成網友會定期造訪親友部落格網頁」, 2007/6/27, <http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/070627/72/gfy6.html>
12. 「研究：部落客多以書寫自我為主題」, 2006/7/21
<http://tw.news.yahoo.com/article/url/d/a/060721/19/z8j.html>
13. 「你的企業有設立部落格嗎?」, 2007/5/7,
<http://v2.ectimes.org.tw/readpaper.asp?id=9392>
14. 「Watch out! 企業 BLOG 的優勢與風險」, 2006/2/23,
<http://blog.chinatimes.com/eplus/archive/2006/02/23/42213.html>
15. 「2007 年 9 月底止台灣上網人口」, 資策會 FIND, 2007/12/4,
<http://www.find.org.tw/find/home.aspx?page=many&id=185>
16. Yahoo!奇摩官方公司簡介,
<http://tw.promo.yahoo.com/aboutcompany/>
17. 「企業網站 out 企業部落格正 in!」, 電子商務時報, 2008/1/14,
<http://www.ectimes.org.tw/shownews.aspx?id=10199>
18. 「部落格編輯與瀏覽偏好調查」, 創市際市場研究顧問, 2007/11,
http://www.insightxplorer.com/specialtopic/self_blog200711.html
19. 「部落格經營傾向與滿意度調查」, 創市際市場研究顧問, 2007/10
http://www.insightxplorer.com/specialtopic/self_blog200710.html
20. 「Web 2.0」, 維基百科,
http://zh.wikipedia.org/wiki/Web_2.0
21. 「什麼是 Web 2.0」,
http://www.itmag.org.tw/magazine/article_single_138.htm
22. 「活用部落格 日本企業建立和客戶溝通的新管道」, 鉅亨網, 2007/11/5
<http://news.yam.com/cnyes/computer/200711/20071105923462.html>

貳、英文資料

I. Journals and Conference Proceedings

1. Bill Ives & Amanda Watlington(2005), "Using Blogs for Personal KM and Community Building", Knowledge Management Review, Jul/Aug 2005, pp.12-15
2. Dearstyne, B.W.(2005), "Blogs – the new information revolution ?", Information

Management Journal, Vol.39 N0.5, pp.38-44

3. Ehling, W. P. (1992), "Estimating the value of public relations and communication to the organization."
4. Greg Lloyd (2007) "Blogs and Wikis: Building Customer Connctions", AIIM E – Doc Magazine, Jul/Aug 2007, pp.42-44
5. Hayek, F. A. (1945). 'The Use of Knowledge in Society', American Economic Review 35(4),pp. 519-530.
6. Jerry Michalski, "What Is Virtual Community?," *New Perspectives Quarterly* 12 ,Spring 1995,pp.44–45.
7. Quible,Z.K.(2005),"Blogs and Written Business Communication Courses: A Perfect Union", Journal of Education for Business, pp.327-332
8. Sawhney, M. & E. Prandelli (2000). "Beyond Customer Knowledge Management: Customers as Knowledge Co-Creators", Knowledge Management and Virtual Organizations, Idea Group Publishing
9. Williams, R. L. & Cothrel, J.(2000),"Four smart ways to run online communities", Sloan Management Review, Vol. 41, Iss. 4, pp. 81-91.
10. Von Hippel, E. (1982). "Getting New Products from Customers." Harvard Business Review

II. Books

1. Aaker, D. A.& Joachimsthaler, E. (2000)," Brand Leadership: The Next Level Of The Brand Revolution", New York: Free Press
2. Cooper, D. R. & Emory C. W.(1995), "Business Research Methods", 5th ed., Richard D. Irwin
3. Rheingold, H., (1993), "Virtual Community: Homesteading on the Electronic Frontier", Addison-Wesley, Reading, MA.
4. Rogers, E.M.(2003) "Diffusion of Innovations", 5th ed., New York: Free Press
5. Schneider, R. & D. E. Bowen (1995). "Winning the service game." Harvard Business School Press, MA

6. Scoble, Robert & Israel, Shel (2006), "Naked Conversations: How Blogs are Changing the Way Businesses Talk with Customers", Wiley
7. Wright, Jeremy (2005), "Blog Marketing", McGraw-Hill
8. Yin, R. K. (1989). "Case Study Research: Design and Methods". London: Sage.

III. Internet

1. Madile, M. (2004), "Weblogs as mean of Marketing Communication"
<http://twoday.net/static/maximus/files/seminarpaper.pdf>
2. "What Is Web 2.0" , 2005/9/30
<http://www.oreillynet.com/pub/a/oreilly/tim/news/2005/09/30/what-is-web-20.html>
3. "Definition of Blog",
<http://www.merriam-webster.com/dictionary/blog>
4. "How businesses are using Web 2.0", A McKinsey Global Survey
http://www.mckinseyquarterly.com/article_abstract_visitor.aspx?ar=1913&L2=16
5. Fortune 500 Business Blogging Wiki , 2008/2/24
<http://www.socialtext.net/bizblogs/index.cgi>