

參考文獻

一、中文部份

- HBL 20 週年專刊 (2008)。中華民國高級中等學校體育總會。
台北市：作者。
- 王尉晉(2000)。運動理念行銷策略之研究—以 adidas「街頭籃球運動」與 Nike「高中籃球聯賽」為例。未出版碩士論文，國立台灣大學，台北市。
- 王敦韋(2005)。運動贊助效益之研究—以第二屆超級盃籃球聯賽(SBL)為例。未出版碩士論文，朝陽科技大學，新竹縣。
- 何光明 (2003)。台灣美津濃公司贊助民國九十二年全國運動會效益分析。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 林欽禮(2005)。企業贊助運動之整合行銷傳播與創新行銷研究—以 Nike 路跑賽為例。未出版碩士論文，國立台灣大學，台北市。
- 周振雄 (1997)。中華民國大專院校運動會運動贊助之研究。未出版碩士論文。國立台灣師範大學，台北市。
- 柯彥惠 (1997)。我國大專排球聯賽八年回顧。國民體育季刊，26 卷 1 期，98-104.
- 洪睦盛 (2004)。企業贊助體育運動賽會之動機與效益研究。未出版碩士論文，國立臺灣體育學院，台北市。
- 洪文宏 (2001)。消費者態度對企業贊助效益影響之研究-以亞洲盃棒球賽為例。未出版碩士論文。國立成功大學，台南市。

- 孫朝 (2007)。企業贊助對高中籃球聯賽 (HBL) 影響之研究—以 Nike 為例。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 范師豪 (2004)。由消費者觀點探討企業贊助職業棒球運動之效益。未出版碩士論文，國立政治大學，台北市。
- 陳昱美 (2002)。企業贊助活動之相關程度、配套之行銷管理組合及贊助活動個數對品牌權益影響之研究。未出版碩士論文，國立政治大學，台北市。
- 陳竟明 (2002)。中華奧會與企業贊助互動之探索性研究。未出版碩士論文。國立台灣師範大學，台北市。
- 葉美琳 (2002)。第八屆「馬爹利高爾夫名人逐洞賽」贊助效益之個案研究。未出版碩士論文。國立體育學院，台北市。
- 康永華 (1991)。企業公益形象與消費者行為之研究。未出版碩士論文。國立交通大學，新竹市。
- 曾文誠 (2004)。運動媒體消費者對企業贊助商的品牌認知及購買意願之研究：以中華職業棒球聯盟之兄弟象隊為例。未出版論文，台北市立體育學院，台北市。
- 程紹同(1998)。運動贊助策略學。台北市：漢文。
- 程紹同 (2001)。企業運動商戰剖析。台北市：漢文書店。
- 程紹同(2000)。亞奧運會運動行銷之贊助策略介紹-運動與企業之新世紀對話。八十九年度行政院體育委員會運動行銷研

討會演講稿(未出版)。

- 馮義方(1999)。企業對運動贊助行為之研究。未出版碩士論文，國立台灣大學，台北市。
- 黃佑鋒(2002)。運動賽會的媒體策略對企業贊助意願之研究：以 Nike 贊助 HBL 為例。未出版碩士論文，台北市立體育學院，台北市。
- 黃淑汝(1999)。台灣地區職業運動贊助管理之研究。未出版碩士論文，國立交通大學，新竹縣。
- 黃煜（2001）。企業贊助職業運動球隊的效益研究——以遠傳電信贊助台灣大聯盟嘉南勇士職業棒球隊為例。第一屆中華民國運動與休閒管理學術研討會論文。
- 黃嘉汝（2007）。94 學年度高中籃球聯賽企業贊助之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 黃瑞琴(1997)。質的教育研究方法。台北市：心理出版社。
- 劉陞華（2006）。企業贊助中華職業棒球大聯盟興農職業棒球隊之效益研究。未出版碩士論文，國立新竹教育大學，新竹市。
- 劉念寧（1990）。大型企業贊助公益活動之研究。未出版碩士論文。國立台灣大學，台北市。
- 廖俊儒(2001)。企業贊助運動之效益研究——以安麗盃世界女子花式撞球邀請賽為例。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。
- 蔣宜龍(1999)。企業贊助運動賽會效益之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。
- 蔡宇玲(2002)。企業贊助運動賽會效益之研究——以 HBL 高中籃

球甲級聯賽為例。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。

盧焰章（1993）。臺灣地區大型企業對運動贊助之研究。未出版碩士論文。國立體育學院，桃園縣。

鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠(譯)(2000)。運動行銷學。台北市：華泰。(Pitts, B. D., & Stotlar, D. K., 1996)。

蕭嘉惠(2001)。運動賽會贊助管理個案研究－以中華汽車盃國際體操邀請賽為例。未出版博士論文，國立台灣師範大學，台北市。

韓大衛(1995)。贊助大專院校運動代表隊的動機與學生對企業贊助的認知集贊助效果之研究。未出版碩士論文，國立體育學院，桃園縣。

蘇錦雀(2003)。企業贊助九十一年全國中等學校運動會之研究。未出版碩士論文，國立台灣師範大學，台北市。

二、英文部份

Abratt, R. and Grobler, P. (1989). The evaluation of sports sponsorship. *International Journal of Advertising*, Vol. 8, pp.351 - 362. Brooks, C. (1990). Sponsorship: Strictly Business. *Athletic Business*, 59-62.

Brown, G. (2000). Emerging issues in Olympic sponsorship: implications for host cities. *Sport Management Review*, 3,71-92.

- Brown, S. C., Sutton, W. A. , & Duff, G. (1993) . Theeve
ntpyramid: an effective management strategy. *Sport
Marketing Quarterly*, 2(4), p p. 29 - 35 .
- Ensor, R. J.(1987). The corporate view of sport sponsorship,
athletic bausiness, pp. 40-43.
- Geng, L., Burton, R., & Blakemore, C. (2002). Sport
sponsorship in China: Transition and evolution.
Sport Marketing Quarterly, 11(1), 20-32.
- Gladden, J. M., Irwin, R. L., & Sutton, W. A. (2001). Managing
North American major professional sport teams in the
new Millennium: A focus on building brand equity.
Journal of Sport Management, 15, 297-317.
- Howard, D. R., & Crompton, J. L. (1995). Financing sport.
Morgantown, WV: *Fitness Information Technology*. Inc.
- Irwin, R.L.,& Asimakopoulos, M.K. (1992). *An approach to the
evaluation and selection of sport sponsorship proposals*.
Sport Marketing Quarterly, 1(2), 43-51.
- Keller, K. L. (1993). Conceptualizing, measuring and managing
customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57,
1-22.

- Komoroski, L. & Biemond, H. (1996). Sponsor accountability: Design and utilizing an evaluation system. *Sport Marketing Quarterly*, 5(2), 35-39.
- Kolter, P. (1997). *Marketing management*. J Prentice Hall.
- McCarville, R. E. & Copeland, R. P. (1994). Understanding sport sponsorship through exchange theory. *Journal of Sport Management*, 102-114.
- McElroy, K. M., & Siegfried, J. J. (1985). The effect of firm size on corporate philanthropy. *Quarterly Review of Economics & Business*, 25 (Summer), 18-26.
- McDonald, C. (1991). Sponsorship and the Image of the sponsor, *European Journal of Marketing*, 25(11), 31-38.
- Meenaghan, T. (2001). Understanding sponsorship effects. *Psychology & Marketing*, 18(2), 95-122.
- Pitts, B. D., & Stotlar, D. K. (2000). 運動行銷學(鄭志富、吳國銑、蕭嘉惠)。台北市：華泰。(原著於 1996 出版)
- Sandler, D. M., & Shani, D. (1993). Sponsorship and the Olympic Games: The consumer perspective. *Sport Marketing Quarterly*, 2(3), 38-44
- Stotlar, D. K. (1995). *Sport management course*. University of North Colorado.

Shimp, T. A. (1997). *Advertising, promotion and supplemental aspects of integrated marketing communications.*

South-Western College Pub. (4th ed.).

Pitts, B., & Stotlar, D. (1996). *Fundamental of sport marketing.*

Morgantown, W V: Fitness Information Technology.

Thwaites, D. (1995). Professional football sponsorship-profitable or Profligate? *International Journal of Advertising*, 14, 149-164.

Useem, M. (1998). Market and institutional factors in corporate contributions. *California Management Review*, Winter, 77-88.

