參考文獻

中文部分

白勝明（民84）。投入程度、認知需求對廣告說服效果之影響—ELM模式之實證研究。國立政治大學國際貿易研究所碩士論文。

邱耀初（民92）。框架效應存在嗎？籌碼效應對風險決策之影響。中華心理學刊，96，111-124。

高泉豐（民92）。認知需求的概念與測量。中華心理學刊，96，125-137。

陳俊傑（民92）。訊息典型性、訊息正反性與認知需求對消費者品牌態度之影響。國立台灣大學商學研究所碩士論文。

許凱榮（民90）。消費者之涉入程度、認知需求對購買決策之影響—以行動電話系統門號為例。國立交通大學經營管理研究所碩士論文。

賴建民（民90）。電子郵件的網路廣告效果—以網路行銷研究法調查。國立台灣大學商學研究所碩士論文。

顏淑鈴（民90）。個人涉入和事件風險對目標框架的影響。中原大學心理研究所碩士論文。

顏麗真（民90）。人力資源管理制度對組織人才吸引力之影響：交互作用之探討。國立台灣科技大學企業管理系碩士論文。

蘇倍儀（民93）。變動薪資對組織吸引力之影響—風險知覺之中介效果。國立政治大學心理研究所碩士論文。


