參考文獻

一、中文部分

1. 白明勝，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，民國84年。

2. 高泉豐，「認知需求的概念與測量」，中華心理學刊，卷36，1-20，民國83年。

二、英文部分


34. Park, C. W., L. Feick, and D. L. Mothersbaugh (1992), “Consumer Knowledge Assessment-how Product Experience and Knowledge of Brands, Attributes, and


45. Verplanken, Bas(1993),” Need For Cognition and External Information Search: Responses to Time Pressure during Decision-Making,” Journal of Research in Personality, 27, 238-252


