

管理評論稿約格式說明

壹、稿件基本規範

- 一、來稿應含封面頁、摘要頁、論文全文、參考文獻，並請依序編入頁碼。
- 二、封面頁應含
 - (一)、論文中英文題目
 - (二)、作者中英文姓名與服務機構
 - (三)、通訊作者聯絡地址、電話及 E-mail 帳號
- 三、摘要頁應包含論文中英文題目、摘要（300 字以內）及中英文關鍵詞（以五個為限）。
- 四、來稿全文應以 PDF 檔案格式儲存（含封面頁、摘要頁、論文全文、參考文獻），勿鎖定檔案，因編輯部會將可識別身份的資訊移除。作者自己應保留一份文稿副本以供未來參考之用。
- 五、論文全文以 8,000 至 17,000 字為原則，且文中不得出現任何透露作者身份之相關資訊，致謝辭或國科會計畫編號等事項，請一律繕打於封面頁。未符規定者將退回修改。

貳、內文編排方式

- 一、字體設定：中文以細明體為原則，英文以 Times New Roman 為原則。論文題目為 18pt 置中對齊；段落標題為 14pt，內文為 12pt，靠左對齊。
- 二、段落標明方式：主標題置中，次標題靠左對齊。
- 三、圖、表之處理：
 - (一)、表格：以阿拉伯數字標明順序，表格名稱置於上方。若表格在附錄中出現，請另外用阿拉伯數字標明其順序（如表 A1、表 A2 等），以此類推。
 - (二)、圖形：以阿拉伯數字標明順序，圖形名稱置於上方。若圖形在附錄中出現，請另外用數字標明其順序，如：圖 A1、圖 A2 等，以此類推。
 - (三)、所有圖、表一律以灰階方式繪製，請勿使用色彩複雜之表示方式。
 - (四)、請儘可能將相關的圖、表連結在一起。
 - (五)、對圖、表之說明，請置於圖、表下方。
- 四、引註：
 - (一)、正文中的引用需含作者的姓及出版年，並將其置於半形括弧中，如“(Kinsey 1960)”。
 - (二)、在三位作者以內的情形下，三位作者皆需列入，四位以上的作者時，列出第一位作者的名字並在其後標示 et al.（禁用斜體），連續引用要用字母順序排列並用分號隔開，例如 (Donnelly 1961; Kinsey 1960; Wensley 1981)。
- 五、數學式：
 - (一)、作者應確保內文內能夠傳遞數學式所要表達的意義。太過複雜的數學式（例如：證明）請放在附錄。
 - (二)、方程式置於頁中。方程式用阿拉伯數字標明順序；數字打在圓括弧裡並向左對齊。如果方程式太長無法容納在同一行時，需分隔明確。
 - (三)、不常見的符號及希臘符號以註腳（footnote）說明。

參、參考文獻

- 一、中文文獻列於前，依姓氏筆畫排列；英文文獻列於後，依英文姓氏字母順序排列。中文參考文獻所使用之年份可用民國或西元，但必須一致，不可錯雜。
- 二、英文參考文獻作者的姓置於前，後接出版日期，並以半形括號標註。作者的名要用全名，不可使用字母簡稱。

三、作者有責任確保參考文獻的正確性。請細心地檢查參考文獻，每段文獻引用都要有出處，反之亦然。不要將未引用的參考文獻列在參考文獻表中，並確保所有引用都有完整的參考文獻來源。

四、引用專書

【中文】

李德標 (1986), *管理資訊系統*。台北：十全圖書公司。

【英文】

Donnelly, James H. and William R. George (1981), *Marketing of Services*. Chicago: American Marketing Association.

五、引用期刊（包含作者的名字、出版日期、文章標題、期刊全名、期刊的期數、出版的月份以及頁數）。

【中文】

劉水深 (1983), 「消費者價格意識之探討」, *管理評論*, 第 2 卷, 第 4 期, 頁 12-37。

【英文】

Wensley, Robin (1981), "Strategic Marketing: Betas, Boxes, or Basics," *Journal of Marketing*, 45 (Summer), 173-82.

六、引用書籍內文章，文章作者與書籍作者非同一位。

【英文】

Nevin, John R. and Ruth A. Smith (1981), "The Predictive Accuracy of a Retail Gravitation Model: An Empirical Evaluation," in *The Changing Marketing Environment*, Kenneth Bernhardt et al., eds. Chicago: American Marketing Association, 150-73.

七、如果同一位作者出現超過一次。用四個破折號（不要用底線），來代替每個作者的名字。

【英文】

Fornell, Claes and David F. Larcker (1981a), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, (February), 39-50.

----and----(1981b), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error," *Journal of Marketing Research*, 18 (August).

八、如果兩個以上的出版品，是同一位作者且出版日期為同一年，在年之後要用不同的字母標示，在正文引用時該字母也必須呈現在正文中。

【英文】

Day, George (1981a), "Analytical Approaches to Strategic Marketing Planning," in *Review of Marketing 1981*, Ben Enis and Kenneth J. Roering, eds. Chicago: American Marketing Association.

---- (1981b), "The Product Life Cycle: Analysis and Application Issues," *Journal of Marketing*, 45 (Fall), 60-67.

九、引用博碩士論文

【中文】

王大陸 (1986), 「台中地區職業婦女工作滿足之研究」, 政治大學企管所碩士論文。

【英文】

Coughlin, Maureen (1980), "Fear of Success: Reaction to Advertising Stimuli and Intention to Purchase," doctoral dissertation, City University of New York.

十、引用網頁

【英文】

Doe, John R. and Mary Smith (2000), "Learning from the Web," (accessed June 2, 2000), [available at insert URL here].

十一、以上未舉例者，請類推處理。