

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、論文全文中文以 8,000 至 17,000 字為原則，英文以 6,000 至 8,000 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：中文以新細明體為原則，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】書名後可加版次，版次不須斜體。

Brealey, R.A., A.C. Myers, and F. Allen (2008), *Principles of Corporate Finance*, 8th ed. New York: McGraw-Hill.

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

五、引用期刊，包含作者、年度、文章標題、期刊全名、卷(期)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】三位作者以上 and 前要逗號，號數表達可接受月份或阿拉伯號數，破折號為半形，若篇名結束是以問號結束，則不必再加逗號。

Houston, Joel and Christopher James (1996), "Bank Information Monopolies and the Mix of Private and Public Debt Claims," *Journal of Finance*, 51(5), 1863-1889.

六、引用書籍內文章，文章作者與書籍作者非同一位。

【英文】

Bettman, James R. and Mita Sujun (1987), "Research in Consumer Information Processing," in *Review of Marketing*, Michael J. Houston, ed. Chicago: American Marketing Association, 197-235.

Fazio, Russell H. (1990), "A Practical Guide to the Use of Response Latency in Social Psychological Research," in *Review of Personality and Social Psychology*, Vol. 11, Clyde Hendrick and Margaret S. Clark, eds. Beverly Hills, CA: Sage Publications, 74-97.

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】

Hennig-Thurau, Thorsten, Mark B. Houston, and Srihari Sridhar (2006), "Can Good Marketing Carry a Bad Product? Evidence from the Motion Picture Industry," *Marketing Letters*, 17(3), 205-219.

----, ----, and Gianfranco Walsh (2006), "The Differing Roles of Success Drivers Across Sequential Channels: An Application to the Motion Picture Industry," *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(4), 559-575.

----, Victor Henning, Henrik Sattler, Felix Eggers, and Mark B. Houston (2007), "The Last Picture Show? Timing and Order of Movie Distribution Channels," *Journal of Marketing*, 71(October), 63-83.

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 Market Planning," in *Review of Marketing*, Ben Enis and Kenneth J. Roering, eds. Chicago: American Marketing Association, 89-105.

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

九、未出版之研究報告

【英文】

Friedman, Jamie, Thomas P. Berquist, Chris Debiase, Steven Kahl, and Cheng Lim (2001), "Technology: B2B Software," research report, Goldman Sachs (February 23).

Srivastava, Rajendra K., David J. Reibstein, and Rogesh V. Joshi (2006), "Linking Marketing Metrics to Financial Performance," technical paper, Zyman Institute of Brand Science.

十、引用博碩士論文

【中文】

郭慧民 (2000), 「金融業預期盈餘差異與盈餘管理關聯性之實證研究」, 東海大學管理研究所碩士論文。

【英文】

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

十一、引用學術研討會論文-

【中文】

李仁芳 (2007), 「產業後進地區自主創新的發展：臺灣資通產業經驗」, 海峽兩岸創新產業化與社會化研討會論文集, 北京：中國科學院研究生院, 頁 17-41。

【英文】

Ellison, Glenn (2005), "Bounded Rationality in Industrial Organization," paper presented at the 2005 Econometric Society World Congress, University College London (August 19-24).

十二、引用討論稿 (Working Paper, Manuscript)

【中文】

陳月霞 (1992), 「台灣共同基金之投資期限及風險係數」, 國立中山大學管理學院, 討論稿, No. C9201。

【英文】

Kwerel, Evan and John Williams (2002), "A Proposal for a Rapid Transition to Market Allocation of Spectrum," Working Paper No. 38, Office of Plans and Policy, Federal Communications Commission.

Tuli, Kapil R. and Sundar G. Bharadwaj (2008), "Examining the Relevance of Customer Satisfaction for Wall Street: The Case of Systematic and Idiosyncratic Risk," Marketing Science Institute Report No. 08-210.

Xu, Haoping and Jian Zhou (2008), "The Value of Political Connections: Chinese Evidence," SSRN working paper, (September 12), (accessed September 4, 2010), [available at http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1267472].

十三、引用網頁

【中文】

教育部統計處 (2009), 「主要統計表」, (取得日期: 2009 年 9 月 1 日), [available at http://www.edu.tw/statistics/content.aspx?site_content_sn=8869].

【英文】

Launer, Christine (1996), "More Than Name at Stake When Choosing Trademark," *Puget Sound Business Journal*, (June 28), (accessed November 21, 2005), [available at <http://www.bizjournals.com/seattle/stories/1996/07/01/smallb9.html>].

Smith, Julie (2004), "I Am a Marketer," (accessed June 26, 2004), [available at <http://www.marketingscool.com>].

十四、中譯書

【中文】

李明軒與邱如美譯 (1999), *競爭優勢*。台北: 天下文化。譯自 Porter, Michael E. (1985), *Competitive Advantages*. New York: The Free Press.

十五、特殊文獻

【企業報告】

Nike v. Variety Wholesalers Inc. (2003), 274 F.Supp. 2d 1352 (S.D.Ga.).

【雜誌】無作者姓名

"McReading" (1988), *Harper's Magazine*, (December), 32.

【再版文章】

Schechter, Frank I. ([1927] 1970), "The Rational Basis of Trademark Protection," *The Trademark Reporter*, 60(3), 334-352. (Originally published in *Harvard Law Review*, 40(6), 813-833.)

十六、以上未舉例者，請類推處理。