

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、服務機構與職稱
- (三)、通訊作者聯絡地址、電話及 E-mail 帳號

三、實證性或概念性之學術論文的摘要頁應包含論文中英文題目、摘要 (300 字以內) 及關鍵字 (以五個為限)。為了與國際學術期刊論文格式接軌，摘要需含下列內容，請分項列點寫出：

【中文】

- (一)、研究目的
- (二)、研究設計/方法
- (三)、研究結果
- (四)、研究限制/啟發
- (五)、理論/實務/社會意涵
- (六)、創見/價值
- (七)、關鍵字 (最多 5 個)

【英文】

- 1. Purpose –
- 2. Design/methodology/approach –
- 3. Findings –
- 4. Research limitations/implications –
- 5. Practical implications/Social implications –
- 6. Originality/value –
- 7. Keywords

四、實務研究 (個案) 之學術論文中英摘要 (300 字以內) 中包含下列內容：

- (一)、一個企業
- (二)、一個待解問題
- (三)、一個理論
- (四)、一個解題模型
- (五)、一個解題分析
- (六)、一個發現/問題解決的管理意涵
- (七)、貢獻/價值
- (八)、關鍵字 (最多 5 個)

五、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分的資訊移除。作者應保留一份文稿副本以供未來參考之用。

六、論文全文中文以 8,000 至 20,000 字、以 11pt 排版後不超過 18 頁為原則，英文以 6,000 至 20,000 字、以 9.5pt 排版後不超過 25 頁為原則，且文中不得出現任何透露作者身分之相關資訊，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。

七、敬請作者們來稿時，須一併附上《管理評論》稿約格式常見問題自我檢核表。

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，靠左對齊；內文為 11pt，左右對齊。

二、段落標明方式：標題皆靠左對齊。

三、圖、表之處理：

(一)、表格：以阿拉伯數字標明順序，表格名稱置於上方靠左對齊。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，圖形名稱置於下方靠左對齊。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)、請盡可能將相關的圖、表連結在一起。

(五)、對圖、表之說明，請置於圖、表下方靠左對齊。

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)、引註文獻作者有兩位，皆需列出。三位以上的作者時，列出第一位作者的姓氏並在其後標示 *et al.* (禁用斜體)，中文文獻則標示「等人」。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)。

(三)、若兩筆文獻的作者都有三人以上，且文獻的年分與第一作者皆相同時，則依序列出作者直到讀者能辨別文獻。範例如下：

Kapoor, Bloom, Montez, et al. (2017)

Kapoor, Bloom, Zucker, et al. (2017)

(四)、翻譯的內文引註列出原作者，年分先寫原著出版年，再寫譯著出版年，例如 Piaget (1970/1972)。

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、參考文獻分為中文和英文兩部分：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分一律用西元。

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。除了姓氏之外，作者名字使用字母簡稱。作者在 20 人以下時，研究者需列出所有作者姓名，直至最後一位加 & 連接。作者 21 人以上時，列出前 19 位作者，中間加上刪節號，再列最後一位作者。

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：書名後可加版次，版次不須斜體。僅列出版公司，不須寫出版地。若書籍有數位物件識別碼 (Digital Object Identifier, DOI)，請列出。

【中文】

李德標 (1986)。管理資訊系統。十全圖書公司。

【英文】

Brealey, R. A., Myers, S. C., & Allen, F. (2008). *Principles of corporate finance* (8th ed.). McGraw-Hill.

Brown, L. S. (2018). *Feminist therapy* (2nd ed.). American Psychological Association. <https://doi.org/10.1037/0000092-000>

Donnelly, J. H., & George, W. R. (1981). *Marketing of services*. 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。刊名與卷數斜體，破折號為半形，若篇名結束是以問號結束，則不必再加逗號。若期刊有數位物件識別碼 (Digital Object Identifier, DOI)，請列出。

【中文】

劉水深 (1983)。消費者價格意識之探討。管理評論，2(4)，12-37。

【英文】無論幾位作者，& 前皆要逗號。

Houston, J., & James, C. (1996). Bank information monopolies and the mix of private and public debt claims. *Journal of Finance*, 51(5), 1863-1889.

Chang, S.-C., Chen, S.-S., Chou, R. K., & Lin, Y.-H. (2008). Weather and intraday patterns in stock returns and trading activity. *Journal of Banking & Finance*, 32(9), 1754-1766. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2007.12.007>

六、引用書籍內文章，文章作者與書籍作者非同一位。

【英文】

Bettman, J. R., & Sujan, M. (1987). Research in consumer information processing. In M. J. Houston (Ed.), *Review of marketing* (pp. 197-235). American Marketing Association.

Fazio, R. H. (1990). A practical guide to the use of response latency in social psychological research. In C. Hendrick & M. S. Clark (Eds.), *Review of personality and social psychology* (Vol. 11, pp. 74-97). Sage Publications.

七、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, G. (1981a). Analytical approaches to strategic market planning. In B. Enis & K. J. Roering (Eds.), *Review of marketing* (pp. 89-105). American Marketing Association.

Day, G. (1981b). The product life cycle: analysis and applications issues. *Journal of Marketing*, 45, 60-67. <https://doi.org/10.2307/1251472>

八、未出版之研究報告

【英文】

Srivastava, R. K., Reibstein, D. J., & Joshi, R. V. (2006). *Linking marketing metrics to financial performance* [Technical paper]. Zyman Institute of Brand Science.

U.S. Securities and Exchange Commission. (2017). *Agency financial report: Fiscal year 2017*. <https://www.sec.gov/files/sec-2017-agency-financial-report.pdf>

九、引用博碩士論文：取自大學的紙本論文為未出版論文，取自資料庫、大學檔案庫或個人網站的論文，則歸類於已出版論文。

【中文】

賴杉桂 (2002)。《創新育成中心資源類型與策略群組對營運績效關係之研究》〔未出版之博士論文〕，國立臺北大學。

郭智輝 (2006)。《高階管理者心理距離、背景及組織同形化對企業投資中國時點的實證研究—以我國電子資訊產業為例》〔博士論文，國立臺北大學〕。臺灣博碩士論文知識加值系統。 <https://hdl.handle.net/11296/sd4awu>

【英文】

Coughlin, M. (1980). *Fear of success: reaction to advertising stimuli and intention to purchase* [Unpublished doctoral dissertation]. City University of New York.

Kimerer, D. H. (2019). *Controlling turnover in an inside sales organization: what are the contributing factors* (Publication No. 27543842) [Doctoral dissertation, University of South Florida]. ProQuest Dissertation and Theses Global.

Zambrano-Vazquez, L. (2016). *The interaction of state and trait worry on response monitoring in those with worry and obsessive-compulsive symptoms* [Doctoral dissertation, University of Arizona]. UA Campus Repository. <https://repository.arizona.edu/handle/10150/620615>

十、引用學術研討會論文

【中文】

連雅慧、周育勸 (2006年6月15–18日)。《組織內部權力、政治行為與決策歷程之研究—以台灣製造業為例》〔論文發表〕。第二屆中國管理研究國際學會，南京，中國。

【英文】

Ellison, G. (2005, August 19–24). *Bounded rationality in industrial organization* [Paper presentation]. The 2005 Econometric Society World Congress, University College London.

十一、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》〔討論稿〕 (No. C9201)。國立中山大學管理學院。

【英文】

Tuli, K. R., & Bharadwaj, S. G. (2008). *Examining the relevance of customer satisfaction for wall street: The case of systematic and idiosyncratic risk* (Report No. 08-210). Marketing Science Institute.

O'Shea, M. (2018). *Understanding proactive behavior in the workplace as a function of gender* [Manuscript in preparation]. Department of Management, University of Kansas.

Xu, H., & Zhou, J. (2008, September 12). *The value of political connections: Chinese evidence* [Working paper]. SSRN. http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=1267472

十二、引用網頁：若文獻未被歸檔、會持續更新，需加上檢索日期，例如字典條目、臉書專頁等等。其餘無須加上檢索日期。

【中文】

王志郁 Plus (2023年2月11日)。《ChatGPT 現象級爆發 2 個月達億用戶！揭密讓谷歌判著等的 openAI 創辦人 百度文心一言急起直追？》〔影片〕。Youtube。 http://www.edu.tw/statistics/content.aspx?site_content_sn=8869

翁意晴 (2020 年 11 月 5 日)。【奧美觀點】理性訴求，感性收單？美妝品牌的行銷法則。天下雜誌。 <https://www.cw.com.tw/article/5102645>

【英文】

World Health Organization. (2018, May 24). *The top 10 causes of death*. <https://www.who.int/news-room/fact-sheets/detail/the-top-10-causes-of-death>

Schaeffer, K. (2021, October 1). *What we know about online learning and the homework gap amid the pandemic*. Pew Research Center. <https://www.pewresearch.org/fact-tank/2021/10/01/what-we-know-about-online-learning-and-the-homework-gap-amid-the-pandemic/>

U.S. Census Bureau. (n.d.). *U.S. and world population clock*. U.S. Department of Commerce. Retrieved January 9, 2020, from <https://www.census.gov/popclock/>

十三、翻譯書籍

【中文】

Porter, M. E. (1999)。 *競爭優勢* (李明軒與邱如美譯)。天下文化。(原著於 1985 年出版)

【英文】

Freud, S. (2010). *Civilization and its discontents* (J. Strachey, Ed. & Trans.). W. W. Norton & Company. (Original work published 1930)

Piaget, J. (1972). Intellectual evolution from adolescence to adulthood (J. Bliss & H. Furth, Trans.). *Human Development*, 15(1), 1–12. <https://doi.org/10.1159/000271225> (Original work published 1970)

十四、英語以外的原文書籍

Ohmae, K. (2016). *Zero kara iji no hassouzyutu* ["From 0 to 1" idea technique book]. Shogakukan.

十五、特殊文獻

【研究資料】

O'Donohue, W. (2017). *Content analysis of undergraduate psychology textbooks* (ICPSR 21600; Version V1) [Data set]. ICPSR. <https://doi.org/10.3886/ICPSR36966.v1>

【再版文章】

Schechter, F. I. (1970). The rational basis of trademark protection. *The Trademark Reporter*, 60(3), 334–352. (Originally published 1927 in *Harvard Law Review*, 40(6), 813–833.)

十六、以上未舉例者，請參照 APA 第七版的格式規範類推處理。稿約部分例子取自《美國心理學會出版手冊七版：論文寫作格式》(鈕文英譯，雙葉書廊出版)，以及 APA BLOG (<https://apastyle.apa.org/blog>)。