

# 崇右學報格式說明

中華民國 95 年 06 月 27 日 94 學年度第 5 次學審會修正通過  
中華民國 97 年 06 月 24 日 96 學年度第 6 次學審會修正通過  
中華民國 98 年 06 月 29 日 98 學年度第 1 次學審會修正通過

## 一、文稿規範

1. 請以中文或英文惠稿，原稿紙本 3 份及電子檔(Word 2000 以上版本)。文稿包含中英文標題、中英文著者及服務單位、中英文摘要（300 個字以內）及關鍵詞（5 個字以內）、內文、註釋、參考文獻或附錄，以不超過 20 頁為原則。
2. 稿件為直式橫書、單面多頁、左右對稱之 A4 文件。（版面設定：上邊界 3cm、下邊界 2cm、左邊界 3cm、右邊界 2cm、裝訂邊 0cm）
3. 中文字型為新細明體，英文為 Times New Roman；字型大小：12pt。
4. 行距固定行高 20pt，與前後段落間距為 0 行。（大段落標題與前段落間距為 0.5 行）

## 二、基本格式

1. 中英文標題：置中、粗體、字型 16pt。
2. 中英文著者：置中、粗體、字型 12pt。
3. 中英文服務單位：置中、字型 12pt
4. 章節段落：  
大段落標題：置中、粗體、字型 14pt，編號：壹、貳、參、肆。  
中段落標題：靠左對齊，字型 12pt，編號：一、二、三、四。  
小段落標題：依中段落標題向右縮排，字型 12pt，編號：(一)(二)(三)(四)。  
較小段落標題：依小段落標題向右縮排，字型 12pt，編號：1. 2.3.4.。  
更小段落標題：依較小段落標題向右縮排，字型 12pt，編號：(1)(2)(3)(4)。
5. 圖表、照片：黑白稿件繪製。
6. 註釋：文中如果有參考文獻部分，請以( )書明文獻之作者及年代。如(Simpson, 1986) 或 (Engel et al., 1990)。
7. 註腳：請以阿拉伯數字，順序標明在內文文字右上角。

如：密勒(Miller) 曾以橫斷面之複迴歸模式<sup>2</sup>研究股價.....

<sup>2</sup> 此處所謂橫斷面之複迴歸模式，係以.....(附註部分)：字型 10pt

8. 參考文獻：置中、粗體、字型 14pt。文獻內容，靠左對齊，字型 12pt，請將中文列於前，英文列於後，中文按姓名筆劃，英文按字母次序排列。（其他未列規定，則以美國發行之期刊——Academy Management 為準。）請參考下列簡例：

賴士葆（1995）。生產/作業管理—理論與實務，台北：華泰文化事業有限公司(書 籍)

楊仁壽（1997）。動態決策理論之研究(1)：長短期與特定模糊標的設定的效果，國科會補助研究報告 NSC 6-2417-H-224-001。(報 告)

周淑貞（1997）。管理當局盈餘預測與盈餘管理關係之實證研究，國立政治大學會計研究所未出版碩士論文。(未發表)

陳明德（1997）。建構虛擬企業：程序再造和電子商務研討會，台大慶齡工業研究中心。(會 議)

林明杰，彭凌峰（2000）。不同情境下創新專案關鍵成功因素間關係之研究，管理學報，第十七卷第四期，625-642 頁。(期 刊)

Engel, James F., Roger D. Blockwell and Paul W. Miniard (1990),  
Consumer Behavior, Orlando: Dryden Press. (書 籍)

Simpson B.H.(1975), Improving the Measurement of Chassis Dynamometer  
Fuel Economy, Society of Automotive Engineers Technical Paper Series  
750002. (報 告)

Chen, Y.K.(1976), A Network Approach to the Capacitated Lot-Siz Problem,  
unpublished manuscript, The Wharton School, University of Pennsylvania,  
Philadelphia, pp. 1-10. (未發表)

Cook, S.A.(1971), The Complexity of Theorem-Procedures, 3rd Annual  
ACM Symp. Theory of Computing, pp. 151-158. (會 議)

Holbrook, Morris B. and Robert M. Schindler(1989), Some Exploratory  
Findings on the Development of Musical Tastes, Journal of Consumer  
Research, 16(3), pp.119-124. (期 刊)