

全球商業經營管理學報論文格式說明

Your Article's English Title

李正修 教授 正修科技大學資訊管理系 Email:1234@csu.edu.tw
鄭高興 研究生 正修科技大學國際企業系 Email:93der@csu.edu.tw
請依格式增加、刪減作者

摘要

本文將說明 2024 全球商業經營管理學術研討會的完稿排版格式，已被本研討會接受的論文，煩請務必依照本格式進行編排。若無法依規定進行排版者將不予刊登。摘要以 500 字為原則。請利用本範本格式繕打論文。

關鍵字：五個為原則、研討會、論文格式

ABSTRACT

Since Apple released first generation iPhone in 2007, smartphone has been recognized as the most popular consumer electronics with spotlight.

Keywords：customer satisfaction, factor analysis, regression model, logistic regression

1. 前言

論文請用 A4 紙依本格式撰寫，至多 12 頁。請將論文初稿 word 電子檔上傳，若有其他大會詳細內容，請至專屬網站查詢。

紙張為 A4 大小，全文以 12 頁（含圖片、表格、參考文獻等）為限，每頁上、下緣各留 2.5 公分及左右兩側各留 2.7 公分。中文文字全部採用標楷體，英文及數位元部分請使用 Times New Roman 字體。內文字型均採用 10 點標楷體。文章段落格式的設定包括：行高設為單行間距行，與前後段距離均為 0.5 列，且需取消「文字格線被設定時，貼齊格線」的勾選。

2. 論文格式

內文撰寫中英文皆可，字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體，10 級，段落左右對齊，縮排指定第一行 2 字元。定稿請勿插入頁碼。

2.1. 文章題目

字型中文採標楷體字體，18 級，粗體字，段落置中。英文採 Times New Roman 字體，14 級粗體字，段落置中

2.2. 作者及服務單位

字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體，10 級，段落置中；請利用格式增加、刪減。

2.3. 摘要及關鍵字

字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體，10 級，段落左右對齊，縮排指定第一行 2 字元。關鍵字之間請加「、」號

2.4. 內文標題

字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體；標題層次第一層應設為「1.、2.、3.…」，12 級，粗體字，第二層「1.1.、1.2.、1.3.…」，11 級，粗體字，以及第三層「1.1.1.、1.1.2.…」，10 級，粗體字，

並宜避免超過三個層次的標題設定。

2.5. 內文

字型中文採標楷體、英文採Times New Roman 字體，10 級，段落左右對齊，縮排指定第一行2 字元；行高設為單行間距行，與前後段距離均為0.5 列，且需取消「文字格線被設定時，貼齊格線」的勾選。

2.6. 註腳

字型中文採標楷體、英文採Times New Roman 字體，10 級，段落左右對齊；建議減少註腳，直接在內文說明。

2.7. 方程式

方程式請儘量以word equation編輯。方程式應於上下各留一行空白。數學方程式應編號，編號靠右對齊並從(1)開始。

$$y = a + bx + \varepsilon \quad (1)$$

3. 圖表及公式

文章中之圖與表宜簡明清晰、斟酌數量，並注意將圖表適當編排於文中第一次引述該圖表內容之後的適當頁面，表格並應注意勿被切分成兩頁各半。有關圖與表其它的格式說明如下：

3.1. 圖

圖標題必須置於圖的下方，字型中文採標楷體，英文採Times New Roman字體，段落置中，與後段距離設為0.5 列。圖內之字體大小可依實際需要設定，但整體應以清晰可讀為基本原則，如圖一所示。



圖1 ○○○

3.2. 表

表標題必須置於表的上方，字型中文採標楷體，英文採Times New Roman字體，段落置中，與前段距離設為0.5 列。表內之字體大小可依實際需要設定，但整體應以清晰可讀為基本原則，如表一所示。

表1 ○○○

4. 文獻格式

文獻部份，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，請參考下列簡例。其他未列規定，則以 APA (American Psychological Association)格式為準。

4.1. 中文文獻範例

1. 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。
2. 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(編號：NSC 86-2417-H-224-001)，未出版。
3. 周淑貞(1997)。管理當局盈餘預測與盈餘管理關係之實證研究(未出版碩士論文)。國立政治大學會計研究所，台北市。
4. 鄭宗松(2006)。產品生命週期與技術創新與品牌價值。財政與金融改革學術研討會論文集，台北。
5. 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，17(4)，625-642。
6. 集萃鞋業網(2011年4月10日)。世界十大運動鞋品牌排行。取自 <http://www.ccedsi.com/pinpai/pinpaipar.asp?id=159>。

4.2.英文文獻範例

7. Boyer, E. L. (1990). *Scholarship reconsidered: Priorities of the professorate*. Princeton, NJ: Carnegie Foundation.
8. Simpson, B. H. (1975). *Improving the Measurement of Chassis Dynamometer Fuel Economy*. Society of Automotive Engineers Technical Paper Series 750002.
9. Chen, Y. K. (1976). *A Network Approach to the Capacitated Lot-Siz Problem*. unpublished manuscript (Unpublished doctoral dissertation). The Wharton School, University of Pennsylvania, Philadelphia, 1-10.
10. Wallendorf, M. (1987). *On intimacy*. Paper presented at the American Marketing Association Winter Educators' Conference, San Antonio, TX.
11. Autio, E., Harry, J. S., & James, G. A. (2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of Management Journal*, 43(5), 909-924.
12. U.S. Census Bureau. (2010, June 16). *American Community Survey 2006-2008*. Retrieved from <http://factfinder.census.gov>.