

# TSC 崇越行銷大賞行銷企劃書格式說明

---

## 摘要

本文將說明 TSC 崇越行銷大賞完稿排版格式，參加本行銷大賞的行銷企劃書，煩請務必依照本格式進行編排，不符規定者，主辦單位得斟酌情形，不予審查。中文或英文摘要字數以三百字為限。

---

## 壹、格式規範

請用 A4 大小電腦用紙打字完成，由左而右橫向排列，並註明頁碼於頁面底端置中處。版面邊界上留 3 cm、下留 2 cm，左、右各留 3 cm，採單欄的編排格式。文章段落格式的設定包括：行高設為多行 1.25 行，與前後段距離均為 0.5 列，並請取消「文字格線被設定時，貼齊格線」的勾選。

企劃書請包括封面頁、摘要、正文(含圖、表與照片)、參考文獻及附錄。其它格式設定包括下列幾個部份：

### 一、封面

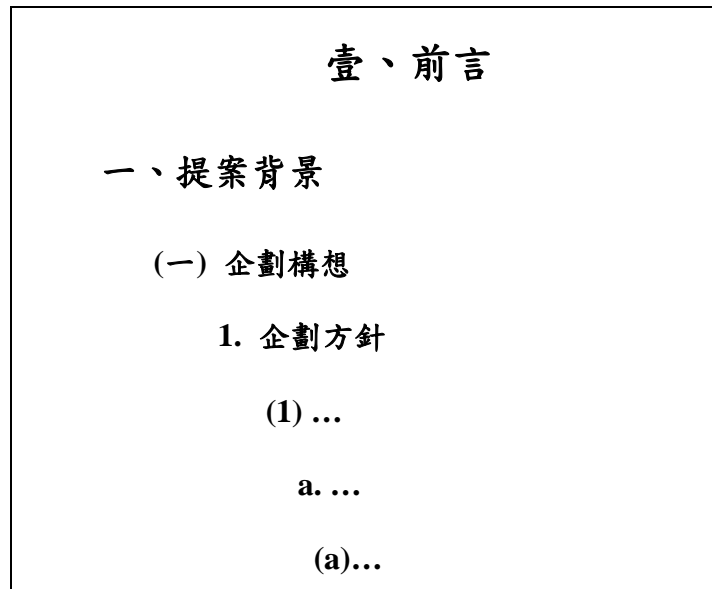
請使用崇越行銷大賞專用封面。封面僅能註明報名編號與行銷企劃題目，不得出現參賽者與指導老師之姓名，以維持匿名審查的嚴謹性；封面標題字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體，24 級，粗體字。

### 二、摘要

文長不超過三百字，關鍵詞以五個為限；摘要內容字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體，12 級，段落左右對齊，縮排指定第一行 2 字元。

### 三、內文標題

行銷企劃書內文標題字型中文採標楷體、英文採 Times New Roman 字體，粗體字，第一階與第二階內文標題字型大小分別為 16 級與 14 級，其餘內文標題字型大小為 12 級。標題凡中文撰寫者，段落標號方式與級數如下所示：



### 四、內文

中文字體請採用標楷體，英文字體請採用 Time New Roman，內文文字級數為 12 級。段落左右對齊，縮排指定第一行 2 字元，英文字體第一行得不縮排。文稿中不得使用註釋。

## 貳、圖表與照片

企劃書內文之圖、表與照片宜簡明清晰、斟酌數量，並注意將圖、表與照片適當編排於文中第一次引述該圖表內容之後的適當頁面，圖、表與照片並應注意勿被切分成兩頁各半。此外，有關其它的格式說明如下：

### 一、圖與照片

圖的名稱置於圖下方，照片的名稱置於照片下方，對圖與照片內容的簡要說明，置於圖與照片下方。圖與照片之標號，一律以阿拉伯數字表示。有關圖與照片之標題字型，中文採標楷體，英文採 Times New Roman 字體，字型大小為 12 級，段落置中，

與後段距離設為 1 列。圖與照片的資料來源，於圖與照片下方說明。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 1 所示。



圖 1 台灣管理學會會徽

資料來源：台灣管理學會（2015）

## 二、表

表的名稱置於表的上方，對表內容的簡要說明，置於表下方。表之標號，一律以阿拉伯數字表示。有關表之標題字型，中文採標楷體，英文採 Times New Roman 字體，字型大小為 12 級，段落置中，與前段距離設為 1 列。表的資料來源，於表下方說明。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 1 所示。

表 1 相關文件明細表

文件型態	文件說明	數量
廣告製作物	廣告	16 份
學術刊物	期刊行銷	19 篇
研究報告	水產業年報	3 份
媒體報導	平面媒體報導	25 份
	電子媒體報導	7 份

資料來源：台灣管理學會（2015）

## 參、參考文獻格式

### 一、內文中引述參考文獻的寫法

內文中如果有參考文獻部份，以下列方式表之：

(一) 若所引用的文獻僅有一位作者時，請寫成：

1. 楊千 (2007) 曾提到.....。
2. 這個問題先前曾被討論過(Xu, 2012)。

(二) 若所引用的文獻有兩位作者時，請寫成：

1. 陳良駒、顧亦平 (2011) 曾提到... / Wilcox and Stephen (2013) 曾提到...。  
說明：中文學者以全形頓號"、" 分開，第二位學者後直接加"(西元年份)"，"  
()"請用全形。英文學者中間用"and"連接，第二位學者後空一格，再加"(西元年份)"，"()"請用半形。
2. 這個問題先前曾被討論過 (陳良駒、顧亦平，2011) / (Wilcox and Stephen, 2013)。

說明：中文學者以全形頓號"、"分開，第二位學者後加上全形逗號",", 再放上西元年份,"()"請用全形。英文學者中間用"and"連接，第二位作者名字後面加半形逗號",", 空一格後，再放上西元年份,"()"請用半形。

(三) 若所引註的文獻三位以上作者時，請寫成：

1. 余國訓等 (2011) 曾提到... / Morlacchi et al. (2005) 曾提到...。  
說明：首位中文作者後加"等" 再加"(西元年份)"，"()"請用全形。首位英文學者後面空一格後加上"et al.", 空一格後，再加上"(西元年份)"，"()"請用半形。
2. 這個問題先前曾被討論過 (余國訓等，2011) / (Morlacchi et al., 2005)。  
說明：首位中文作者後加"等"，之後加上全形逗號",", 再放上西元年份,"()  
"請用全形。首位英文學者後面空一格後加上"et al.", 請用半形逗號",", 空一格後，再放上西元年份,"()"請用半形。

(四) 多位學者文獻並列時，請寫成：

1. 田治平 (2006) ; 周萬璿 (2007) ; 洪順慶等 (2002) 曾提到.....。  
說明：請依學者發表行銷之首位作者中文姓氏筆劃由小到大排列，各文獻之間並用全形分號";" 分開，"()"請用全形。
2. 這個問題先前曾被討論過(Burke, 1997; Daugherty et al., 2008; Griffith and Chen, 2004)。  
說明：請依外國學者發表行銷之首位作者英文姓氏字首順序排列，各文獻之間並用半形分號";", 後空一格加以分開。

3. 這個問題先前曾被討論過(柯建華,2010;Garretson and Niedrich, 2004;Ohanian, 1991)。

說明：請依中文文獻在前，外文文獻在後順序，同時分別依照首位作者中文姓氏筆劃由小到大排列，或首位作者英文姓氏字首順序排列，各文獻之間以全形分號"; " 分開，"()"請用全形。

(五) 若所引用的文獻是取於網站，該網站有標明日期時，請標示西元年份，若無標明日期請用引用之時的日期，請寫成：

1. 經濟部商業司(2012)指出.....。
2. Chand(2007)指出.....。

說明：中文作者或網站名稱後加上"(西元年份)"，"()"請用全形。英文作者或網站名稱後空一格後加上(西元年份)，"()"請用半形。

## 二、文後參考文獻寫法

中文文獻列於前，英文列於後，按首位作者中文姓氏筆劃由小到大排列，英文姓氏字首順序排列，不用加序號。中、英文參考書目之年份一律使用西元年份。文獻格式舉例說明如下：

(一) 參考文獻規範如下：

1. 文獻第一行請向左對齊，第二行開始請空四格。
2. 文獻請不要加序號。
3. 中文文獻列於前，英文列於後。
4. 中文文獻請按第一位作者之姓氏筆劃排序，同一位作者有多筆參考資料時，請用年份排序，如：  
盧希鵬，2009。《電子商務：長尾效應下的電子化策略》，台北：雙葉書廊。  
盧希鵬，2010。《網路行銷：連結經濟下的社交網絡數位革命》，台北：雙葉書廊。
5. 英文文獻請按第一位作者之姓氏字首順序排列，同一位作者有多筆參考資料時，請用西元年份排序，如：

Chou, C.-H., 2007. Partial Compatibility and Vertical Differentiation, *Economics Bulletin*, 12(21), 1-8.

Chou, C.-H., 2012. Is Counterfeiting always Profitable in International Trade? *International Journal of Commerce and Strategy*, 4(4), 275-287.

6. 中、英文參考書目之年份一律使用西元年份標示。
7. 文獻資料的年份、雜誌名稱(請用粗斜體)或期刊名稱(請用粗斜體)，刊登的卷數與期數(期數請放在括弧內)及該文獻刊登的起末頁數(11-22)，作者都需審慎查明。
8. 英文行銷的標題請用 Times New Roman 字體以正體繕打，除介系詞(e.g., in, at)、連接詞(e.g., and, or)及冠詞(e.g., a, the)外，第一個字母請大寫；句首之第一個字母則一律以大寫繕打。

(二) 文獻格式舉例說明如下：

1. 書籍

中文：楊千，2007。 *策略管理：理論與實務*，台北：華泰文化。

英文：King, D., Lee, J., Liang, T. P. and Turban, D., 2012. *Electronic Commerce 2012: A Managerial and Social Networks Perspective*, New York, NY: Pearson.

2. 期刊行銷

中文：余國訓、李元墩、李元德，2011。電子商務研究智慧結構之演變—作者共引文分析的應用， *商略學報*，第三卷第一期，1-24。

英文：Frischmann, T., Hinz, O. and Skiera, B., 2012. Retailers' Use of Shipping Cost Strategies: Free Shipping or Partitioned Prices? *International Journal of Electronic Commerce*, 16(3), 65-88.

3. 編輯書之章節

中文：黃三益，2000。工作流程，收錄於 *電子商務：理論與實務*，梁定澎(編)，台北：華泰文化，391-427。

英文：Kazienko, P. and Adamski, M., 2004. Personalized Web Advertising Method, in De, B. P. and Nejdil, W. (Eds.), *Adaptive Hypermedia and Adaptive Web-based Systems*, Heidelberg, NY: Springer-Verlag, 146-155.

4. 學術研討會行銷

中文：史元瑜、鄒仁淳、林娟娟，2013。探討消費者在智慧型手機上使用行為支付意願—以 NFC 技術為例， *第19屆資訊管理暨實務研討會行銷集*，台中市。

英文：Xu, X., 2012. Exploring the Factors Predicting Continuance Use of Mobile

Microblogs, *Proceedings of the IADIS International Conference E-Commerce*, Portugal, 75-92.

5. 博、碩士行銷

中文：賴正育，2010。不同型態社交網站使用對個體之影響，國立政治大學資訊管理研究所博士行銷。

英文：Lee, B. S., 2011. *Florida Certified Minority Business Enterprise Adoption and Utilization of Electronic Commerce*, Unpublished Doctoral Dissertation, Florida State University, Tallahassee, FL, USA.

6. 討論稿

中文：洪世章，2004。企業成長、策略選擇與策略改變，討論稿，清華大學科管所。

英文：Perigot, R., 2012. Determinants of e-Commerce Adoption by Franchisors: Insights from the U.S. Market, Working Paper (2012-06), University of Caen.

7. 報紙

中文：鍾張涵，2013。第三方支付平台 催熟電子商務，*聯合晚報*，十二月二十七日，A2 版。

英文：Clayton, N., 2012. Online Store Creator Tictail Raises \$1.6 Million (October 23), *The Wall Street Journal*, A6.

8. 網站文章

中文：彭淑珍，2005。淺談網路書店，*中原大學張靜愚紀念圖書館館刊*，七月十五日，第一百一十八期，取自：<http://web.lib.pu.edu.tw>

英文：Hasley, J. P. and Gregg, D. G., 2010. An Exploratory Study of Website Information Content, retrieved from <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=96516198004>

中文：經濟部商業司，2012。台日韓電子商務法制資訊網。取自：[http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk\\_index.asp?PageCode=index\\_c](http://gcis.nat.gov.tw/eclaw/tjk/chinese/tjk_index.asp?PageCode=index_c)

英文：Chand, S., 2007. How to Formulate Corporate Level Strategies for Your Business? retrieved from <http://www.yourarticlelibrary.com/business/how-to-formulate-corporat>

9. 翻譯書(年代是中譯本的年代)

黃營杉譯，Hill, C. W. L. and Jones, G. R. 著，1999。策略管理(第四版)，台北：  
華泰文化。