

台灣行銷科學學會於九十四年開始出版以行銷理論為主體，實務應用為導向的學術期刊——「行銷科學學報」（Taiwan Journal of Marketing Science）。其宗旨為提供行銷學者們發表研究心得的主要專屬園地，以提昇行銷學術研究之水準；同時也提供最新研究成果與發現給企業界，以期提昇企業之競爭力。

由於行銷領域決策的問題多元且複雜，個案研究因能掌握行銷現象的豐富性與深度性，有助於行銷學術知識之累進。有鑑於此，本刊自九十八年度第五卷第二期，除徵求學術論文，同時徵求個案研究。

竭誠歡迎所有學術先進與企業行銷菁英提供具有原創性之學術論文及行銷實務教學個案等相關論述，踴躍投稿。

本學報徵稿辦法如下：

- 一、本學報每年出刊二期（4月、10月），稿件採隨到隨審制度。
每一篇將邀請二名以上學者、專家，採雙匿名審查方式。
- 二、刊登之著作，其版權屬於台灣行銷科學學會。論文一經刊登即致贈本期刊一冊（包含共同作者每位一冊）。
- 三、投稿時請將電子稿件（Electronic Version）以 Word 檔案方式儲存並以附檔形式 e-mail 至 editor@tims.org.tw。
- 四、本學報邀稿之分類為：
 - (1) 策略行銷管理（Strategic Marketing Management）
 - (2) 消費者行為（Consumer Behavior）
 - (3) 行銷決策模式（Marketing Decision Models）
 - (4) 供應鏈管理（Logistics and Supply Chain Management）
 - (5) 國際行銷管理（International Marketing Management）
 - (6) 其他行銷議題（Other Marketing Issue）

五、投稿原則

【學術論文】

- (1) 可以中、英文惠稿。
- (2) 投稿文章以一萬字為原則（含標題、中英文摘要及關鍵字等）。
- (3) 來稿包括封面頁、中英文摘要、正文、參考文獻及附錄，並請依順序編入頁碼。

- (4) 封面頁包括論文名稱、作者姓名、電子郵件及服務機構（中英文各一）。
- (5) 摘要頁包括論文名稱、摘要及關鍵詞（中英文各一）。摘要文長不超過三百字。關鍵詞以五個為限。

【個案研究】

- (1) 請以中文惠稿。
- (2) 為提升個案之教學價值，請依以下原則選擇個案研究內容：
- 單一個案探討行銷領域之主題以兩類為限：例如：訂價、通路。
 - 研究對象（廠商）為國內讀者熟知者。
 - 作者保證個案內容未侵害研究對象（廠商）之權利，若有必要之理由，個案對象名稱可以匿名呈現。
- (3) 投稿文章以一萬五千字為原則（含標題、中英文摘要、圖表、討論題目、教學指引等）。
- (4) 來稿包含以下，並請依順序編入頁碼：
- 封面頁
 - 摘要頁
 - 正文
 - 參考文獻、附錄
 - 討論問題
 - 教學指引
- (5) 封面頁包括個案名稱、作者姓名、電子郵件及服務機構（中英文各一）。個案名稱分為二層，第一層為公司名稱，第二層個案特色。如下所列：

東森購物：獨霸一方的直銷商

- (6) 摘要頁包括個案名稱、中英文摘要、關鍵詞（中英文各一）。摘要文長不超過三百字。關鍵詞以五個為限。
- (7) 討論問題為「題組」型式，以六組為限。
- (8) 教學指引包含教學目標、適用課程及對象、個案講述綱要

及引導方式、討論問題之解答。教學目標文長不超過三百字。

六、正文格式

(1) 段落標明方式：中英俱同，如下所列。

- | |
|--------------------------------------|
| 1 緒論
2 研究方法
3 實證分析
3.1 資料特性 |
|--------------------------------------|

(2) 註釋：不論中英文，請附註於當頁下端並以橫線分隔。

(3) 文獻引用

- 並衍生以負二項機率模型 (NBD model, Negative Binomial Distribution model) 探討購買次數行為之研究 (Ehrenberg, 1959; Cameron & Trivedi, 1986; Morrison & Schmittlein, 1988)。
- 到目前為止，已有許多的研究致力於發展良好的快取置換機制 (Arlitt, et. al., 2000; Cao & Irani, 1997; Lorenzetti, et. al., 2000)。
- Mendelson (1996) discusses this and other types of IS management problems.

(4) 圖、表之處理

- 圖表置於正文內。
- 表的名稱置於表上方，圖的名稱置於圖下方，並以阿拉伯數字區分不同之圖、表。
- 對圖、表內容（如表中之符號）作簡要說明時，請置於圖、表下方。

七、參考文獻：文獻部份請將中文列於前，英文列於後，按姓氏筆劃或字母順序排列

(1) 期刊論文

- 張勝麟、陳錦村（1987），商業銀行資金缺口管理之研究，管理科學學報，4(2)，105-117。

- Allenby, Greg M., Robert P. Leone, & Lichung Jen (1999). A Dynamic Model of Purchase Timing With Application to Direct Marketing, *Journal of American Statistical Association*, 94(446), 365-374.

(2) 書籍

- 黃志文（1993），行銷管理，台北：華泰書局。
- 盧淵源譯、杉本辰夫著（1986），事業、營業、服務的品質管制，中興管理顧問公司。
- Peters, T., & R. Waterman (1982). *In Search of Excellence*, New York: Harper and Row.

(3) 書中論文

- 林清山（1978），實驗設計的基本原則，社會及行為科學研究法（上冊），楊國樞等（編），台北：東華書局，87-130。
- Lincoll, Daniel D. (1977). Semigroups of Recurrences, in *High Speed Computer and Algorithm Organization*, edited by David J. Lipcoll, D. H. Lawrie, and A. H. Sameh, New York: Academic Press, third edn., 179-183.

(4) 學術研討會論文

- 宋鎧、郭鴻志（1995），海峽兩岸管理課程之設計，刊於第七屆中華民國管理教育研討會論文集，17-22。
- Lin, T., & K. Liou (1992). A Comparative Analysis of the Skill Requirement of MIS Personnel, in *Proceedings of the Fifth International Conference on Comparative Management*, Kaohsiung: National Sun Yat-Sen University, 331-337.

(5) 博、碩士論文

- 李志宏（1993），跨兩岸資訊系統，碩士論文，國立中央大學資訊管理研究所。
- Doren, D. (1985). *Stock Dividends, Stock Splits and Future Earnings: Accounting Relevance and Equity Market Response*, Ph.D. thesis, University of Pittsburgh.

(6) 討論稿

- 陳月霞（1992），台灣共同基金之投資期限及風險係數，討論稿 C9201，國立中山大學管理學院。
- Lin, N., P. & L. Krajewski (1990). A Model for Master Production Scheduling in Uncertain Environments, Working paper, National Taiwan University.

(7) 其他

- 李政霖（1990 年 7 月 25 日），轉換公司債應瞄準法人機構遞招，中國時報，11 版。

八、著作權

【學術論文】

投稿著作所有列名作者皆同意在投稿文章經本刊登後，其著作財產權即讓與給台灣行銷科學學會，但作者仍保有著作人格權，並保有本著作未來自行集結出版、教學等個人使用之權利。」

【個案研究】

甲、投稿本學報代表該著作為作者之原作、並無侵害他人之著作權，且未轉讓著作權、未授與其他單位出版發行，且未曾刊登、未同時投稿於其他期刊。

乙、個案研究經本學報刊登後，其著作財產權即讓與給台灣行銷科學學會，但作者仍保有著作人格權，且保有本著作為個人教學、引用之權利。

丙、經本學報刊登之著作，若由台灣行銷科學學會集結出版，將付予作者稿酬。