

【投稿規則】

中國廣告學刊 The Journal of Advertising

◎期刊主旨：

《中國廣告學刊》為廣告傳播研究之學術期刊，旨在促進我國廣告學術的發展，弘揚廣告知識，提供國內外學者發表研究成果與學術討論之平台。藉由本刊之發行，期能收錄更多廣告相關議題論文討論，推動更深入、更廣泛的學術交流，並作為我國廣告學術發展的重要資料。

本刊創刊於民國八十三年三月，採年刊，並預計於每年三月發行，凡行銷策略、數位行銷、廣告傳播、廣告設計創意、文化創意行銷管理等本刊特色之相關學術研究、觀念批評、學理應用等各類文稿，均歡迎投稿。

本刊自第十六刊起，為朝更高標準之學術期刊邁進，將逐步增改稿件體例及格式，以符合TSSCI資料庫之收納評量標準。所增改之稿件體例於以下稿件格式中詳述。

本刊榮獲「110年臺灣學術資源影響力」之「期刊即時傳播獎」。

一、投稿及審查

本刊按學術期刊慣例，不支付稿費。為期維持內容水準，文稿將送二至三位專家學者匿名審查，審查結果由編輯委員作最終裁定是否刊登。審查重點除符合學術嚴謹性之要求外，並考量與本刊特色相符。來稿一經刊出，致贈當期學刊一冊及抽印本電子檔。編者因編務需要，對來稿有審核、刪改與退稿之權利，不願刪改者請在文末聲明。來稿無論錄用與否，均不退還，請自留原稿。

- (1) 投稿稿件請以電子檔及論文投稿申請表（需親自簽名後掃描附上）寄至中國廣告學刊正式電子信箱：callforpaperadv@gmail.com。檔案名稱以論文標題為命名，以Word及PDF檔寄出。
- (2) 更新版格式說明及報名表每年於6月15日在文化大學廣告系系網刊登，請投稿者自行至系網下載，網址：<https://crjadv.pccu.edu.tw/>
- (3) 下期截稿期限為民國一一三年九月三十一日，稿件採隨到隨審方式，審核通過作品量一旦達出刊標準，即提前出版，有必要時會公告第二次徵稿截止日期。

- (4) 論文字數以八千字至一萬五千字為宜，每年的格式規範於系網公告。
- (5) 本刊不接受曾為其他刊物刊出之任何稿件，含學術會議論文集在內，請勿一稿多投。但依國際學術慣例，曾在學術會議宣讀之論文視為未曾發表，歡迎惠賜，並請於投稿時敘明。為避免破壞匿名評審原則，審查期間請勿再發表於研討會。
- (6) 審稿時間：包含編輯委員初審、作者修改、複審、作者二修等，稿件平均審查時間約耗時14週。
- (7) 格式審查：作者收到格式審查通知後，請於一週內修改完畢並回覆，超過修改期限亦視同放棄。
- (8) 修改期限：作者收到修審／修刊通知後，請於三日內回覆修改意願否則視同放棄。每次修改期限為期21日，若須延長請來信告知，超過修改期限亦視同放棄。
- (9) 未抄襲證明：請於投稿時檢附論文比對系統結果，排除引用後低於25%之未抄襲證明，例如Turnitin論文比對系統。

二、文稿著作權

論文一經錄用，本刊享有出版權，作者仍擁有著作權，惟作品在三年內不得另行出版單行本。本刊內容將同時於本系簽約之網路電子期刊資料庫及中國文化大學廣告學系系網中刊出，不同意刊出者請於投稿報名表中註明。論文經刊登出版後，本單位將寄上一本正式出版之期刊及電子檔的抽印本予通訊作者。

欲洽相關事宜，請利用以下通訊方式與本刊聯絡：

地址：111 台北市士林區華岡路55號中國文化大學廣告學系

電話：(02) 2861-0511 轉37305 中國文化大學廣告學系 許榕恂助教

傳真：(02) 2861-8270

E-mail : callforpaperadv@gmail.com