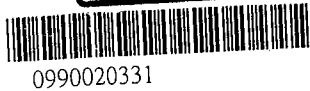


中華民國 99 年 11 月 24 日	
收文第	0990020331 號
檔號	1304 年限 10

檔 號：
保存年限：



0990020331

中國文化大學 函

地址：台北市陽明山華岡路55號
承辦人：張芷芸
傳真：(02)28618270
電話：(02)28610511#37305



受文者：國立東華大學

擬：依文公告周知，文陳存

發文日期：中華民國99年11月23日

發文字號：校新字第0990004188號

速別：普通件

密等及解密條件或保密期限：普通

附件：1、4188徵稿說明。(0990004188_ATTACHMENT_1.DOC，共1個電子檔案)

主旨：函邀投稿本校新聞傳播學院廣告學系辦理之「中國廣告學刊」，請代為轉知 貴校相關系所踴躍報名參加，請 查照。

說明：

- 一、「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，宏揚廣告知識，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。
- 二、本刊創刊於民國八十三年三月，採年刊於每年三月發行，園地公開，凡廣告相關之學術研究、觀念批評、學理應用等各類文稿，均歡迎投稿。
- 三、徵稿訊息相關資料如附件，煩請轉知 貴校相關系所。

正本：公私立大專校院

副本：本校廣告學系、羅雁紅老師

99/11/23
16:53:26

校長 吳萬益

擬：依文辦理

影印本分送各系所

助理張研鈺

代為決行

原住民族學院
院長 施正心
1124/152
1124/1530

《中國廣告學刊》第 16 期徵稿啓事

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，宏揚廣告知識，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，並預計於三月二十日發行，園地公開，凡廣告相關之學術研究、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。

本刊因審查、編輯業務增加，預計於民國一百年起將截稿期限提前至十一月十日，採隨到隨審方式。

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，致贈當期本刊二冊。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) 投稿稿件請影印一式三份，連同電子檔案（磁片或光碟）及論文投稿申請表（需親自簽名）寄「111 台北市士林區陽明山華岡路 55 號中國文化大學廣告學系《中國廣告學刊》編輯委員會」收。

(2) 本刊採年刊發行，第十六期截稿期限為 2011 年 1 月 10 日。自第十七期起採稿件隨到隨審方式。

(3) 論文字數以八千字至一萬五千字為宜。

(4) 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，請勿一稿兩投。

(5) 審稿時間：包含初審、作者修改、複審等，約為期 3-9 周。

(6) 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。修改期限為期三週，若須延長請來信告知，超過修改期限亦視同放棄。

二、稿件格式

(一) 來稿封面內容：

(1) 論文中英文題目、(2) 作者中英文姓名、(3) 作者服務單位及職銜（中

英文)、(4) 聯絡地址、(5) 電話號碼、傳真號碼，以及 E-mail address、(6) 其他備註。作者如不只一位，請在作者姓名之處及任職機構之前加註*，**，***，等符號，以便識別。任職機構請寫本職名稱，兼任之行政工作毋須列出。

(二) 來稿摘要頁內容：

(1) 論文題目、(2) 摘要、(3) 關鍵詞（以不超過六個為原則，且按筆劃順序排列，英文則按中文關鍵詞順序排列），以上所載皆需中英文兼備。英文摘要以 150-250 字為限。因應匿名審查，勿出現有關作者身份之文字或標記，摘要頁之作者中英文姓名將於編輯時放上。

(三) 裝訂順序：

封面、中文摘要頁、正文、註釋、附錄、參考文獻、英文摘要頁。

(四) 稿件格式：

採 APA 格式，並請以 Word (.doc) 檔案呈現，檔案名稱即稿件名稱。

(五) 字體樣式：

稿件一律採橫式單欄編排。中文採新細明體 12 級，全形標點符號。英文採 Times New Roman 12 級，半形標點符號。

(1) 題目：中文採新細明體 18P（加粗），英文用 Times New Roman 18P（加粗）。

(2) 子標：新細明體 14P（加粗）。如「研究動機」、「文獻探討」等。

(3) 行間距：採單行編排，單行間距。

(六) 引文體例：

(1) 引用書籍、期刊、論文、報刊、網站標題……等，中文文獻須加書名號，如《中國廣告期刊》；英文文獻則以斜體表示且每字首字母皆為大寫，如 *The Journal of Advertising*。

(2) 引用書籍、期刊、論文、報刊、網站標題等內容中的單一篇章或報導……等，中文文獻須加篇名號，如：〈廣播廣告說服效果研究：以推敲可能性模式分析〉；英文文獻則以前後雙引號表示且第一字首字母大寫，如 “Endorsement advertising and legal liability”。

(3) 引文行數在三行以下者，可逕入正文，唯需加上引號；引文在三行以上者，須獨立成段，每行首尾均內縮二字，段首不控二字，段前段後各空一行。

(七) 參考文獻：

參考文獻含且僅含所有正文徵引之文獻。中文文獻以作者姓名筆劃依須排列，筆畫少者在前，筆畫多者在後。英文文獻以英文字母順序排列。

(八) 附註：

所有附註應集中於正文之後，勿夾註於文內頁尾。

(九) 圖表：

每一表、圖須單獨佔頁，勿跨頁置放。表圖均有時，表前圖後。表之左上方註明表之序碼與精簡標題。圖之序碼標於頁尾正中，各圖說明與圖分開，按序碼集中排列，全部說明置於圖一之前。圖表之製作請依照 APA 詳訂之標準。

本刊未詳述之規則宜請參照《美國心理學會出版手冊》(*Publication Manual of the American Psychological Association*, 6th ed)

三、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中刊出，不同意刊出者請於投稿報名表中註明。

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張芷芸助教

傳真：(02) 2861-8270

E-mail: crjadv@staff.pccu.edu.tw

《中國廣告學刊》論文投稿申請表

稿件編號：

收件日期：

姓 名	中文： 英文：
投稿日期	年 月 日
投稿題目	中文： 英文：
共同撰稿者	請依作者之排列順序列出共同作者，如為單一作者免填： 第一作者： 第二作者： 第三作者： 第四作者：
現職單位	
職 稱	
最高學歷	
通訊地址	
連絡電話	(O)： (H)： 傳真： 行動電話：
電子郵件	
作者聲明事項	<p>1. 茲保證以上所填資料無誤，且本文未同時一稿多投違反學術倫理或侵犯他人著作權，且為原創性作品，如有違反，責任由作者負責。</p> <p>2. 投稿如被接受，茲同意免費刊登於《中國廣告學刊》及本系簽約之網路電子期刊資料庫。</p> <p style="text-align: center;">此致</p> <p style="text-align: center;">中國文化大學廣告學系《中國廣告學刊》編輯委員會</p> <p>所有作者親簽：</p> <p style="text-align: right;">年 月 日</p>