

## <附件一> 企管系專題製作書面報告格式

專題製作書面報告其相關格式規定如下：

### 1. 基本格式

書面紙幅→A4；邊界→上、下、左、右各留 2.5 公分；內文→標楷體 12 號字，左右對齊；行距→單行間距；頁碼→頁尾 1.5 公分置中。書面報告段落分為章名（標楷體 16 號字，置中對齊，粗體）、節名（標楷體 14 號字，置中對齊，粗體）、可再細分小節、內文部份、參考文獻（標楷體 16 號字，置中對齊，粗體）等，其相關格式如下：

## 第 1 章 緒 論

（空一行）

### 第 1 節 研究動機與目的

（空一行）

#### 1. 研究動機（標楷體 12 號字，左右對齊）

##### 1.1 XXXXXX（標楷體 12 號字，左右對齊）

##### 1.1.1 XXXXXX（標楷體 12 號字，左右對齊）

（內文：中文→標楷體 12，英文→Times New Roman 12，行距：單行間距）

（空一行）

#### 2. 研究目的（標楷體 12 號字，左右對齊）

其餘依此類推

## 參考文獻

（空一行）

#### 1. 論文專書參考文獻寫法：

蘇振昌（1999），消費者的網路資訊搜尋對購屋行為之影響，輔仁大學管理學研究所碩論。

Eric, G. F. & Rudolf, R. 著，顏愛靜主譯（2001），「制度與經濟理論—新制度經濟學之貢獻」，初版，五南圖書出版公司。

#### 2. 期刊參考文獻寫法：

陳建良、林祖嘉（2001），「經濟成長、社會人口變遷與住宅租擁選擇」，第十屆中華民國住宅學會年會學術研討會論文集，第 563 頁至 573 頁。

Alba, J. W. and Wesley, Hutchinson（1987），“Dimensions of Consumer Expertise”，*Journal of Consumer Research*，13（March），pp. 411-454。

（中文→新細明體 12，英文→Times New Roman 12，行距：單行間距，中文在前，外文在後。）

#### 2. 圖表編碼

1. 圖表名稱方面，一律「圖名下表名上，置中對齊」之原則。

2. 編號原則方面，如第一章的第一個圖，其編號為「圖 1-1 研究流程圖」；如第一章的第二個表，其編號為「表 1-2 基本服務及設施表」，其餘依此類推。

### 3. 文獻引用

例 1：以往進行工作滿足感研究時，皆假設每個個體對各項衡量工作滿足感構面因素的重視程度皆相等，此係屬不合理之假設與分析(林我崇，民 89)。

例 2：本量表依據 House & Rizz(1972)的「組織實務問卷」與黃俊傑(1995)的「工作情緒量表」修訂而來。

例 3：如果資料型態為表或是圖的時候，其文獻引用書寫方式為：

表1-1 不動產市場競爭環境競爭調查表

因素 個案類別與特性	個案 特質	法令 因素	財務 因素	結構 因素	基地 因素	環境 因素
現有的競爭個案	1 2 :					
興建中的競爭個案	1 2 :					
空地但未來可能成為競爭的個案	1 2 :					
市場標準 ( 1 ) (market standard )						
本計畫開發個案						
競爭差異性 ( 2 ) (competition differential )						
市場缺口 ( 3 ) (gaps in the market )						

資料來源：

1. 林我崇(民84)：專科學校不動產經營科市場分析課程內容之初探。南開學報，1，251頁。
2. 本文整理

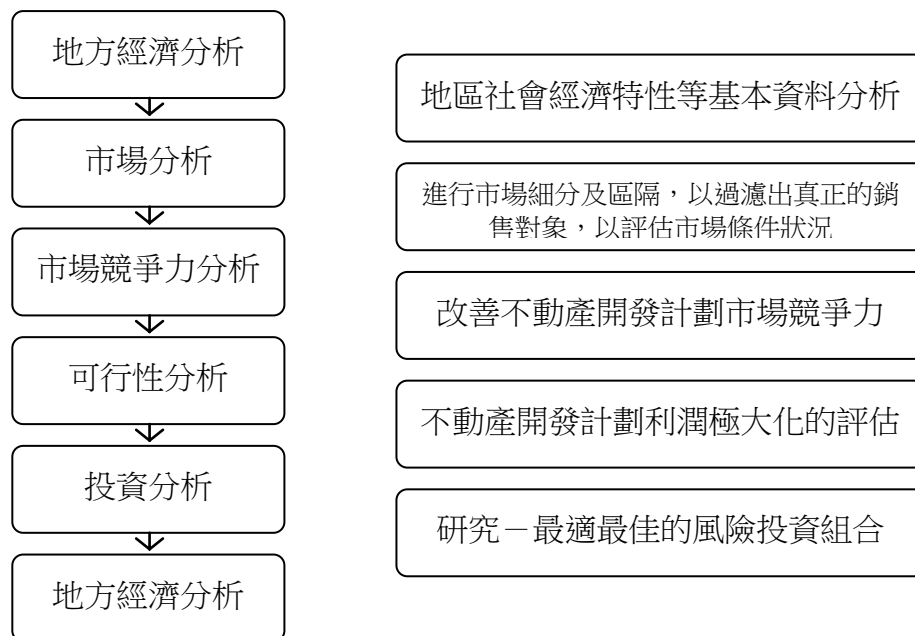


圖1-3 不動產市場分析階層圖

資料來源：林我崇(民84)，專科學校不動產經營科市場分析課程內容之初探。南開學報，1，258頁。

<附件二> 完稿封面的設定

