

在不同廣告訴求型態下消費者整合倫理決策模式對廣告效果的影響 究

資料使用說明

一、計畫簡介

計畫主持人	黃慶源
計畫執行單位	樹德科技大學行銷管理系
經費補助單位	行政院國家科學委員會
計畫執行期間	2008/08/01 ~ 2009/07/31
調查執行期間	2009/03/11 ~ 2009/06/26

二、釋出檔案說明

1. 資料使用說明

資料使用說明.doc	含計畫簡介、釋出檔案說明、資料整理內容及使用注意事項等
------------	-----------------------------

2. 問卷檔

ques.doc	問卷檔(WORD2003 版)
----------	-----------------

3. 資料檔

data.sav	資料檔(SPSS18.0 版)
----------	-----------------

4. 過錄編碼簿

codebook.doc	所有變項的過錄編碼簿檔 (WORD2003 版)
--------------	--------------------------

5. 調查報告/研究報告

report.pdf	報告書全文檔案(Adobe Acrobat9 版)
------------	---------------------------

三、資料整理內容及使用注意事項

中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心所進行的資料整理方式，為不合理值檢核。本專題中心進行資料整理後發現問題：

1. 不合理值

問卷題號	變項名稱	不合理值	不合理值的次數
第二部份第 3 題	b3	44	1
第四部份第 1 題	d1	44	1
第五部份第 2 題	e2	3	2
第五部份第 5 題	e5	8	1

2. 本專題中心執行之次數分配結果與報告書不一致

20 歲以上至 39 歲間有效樣本數

問卷題號	變項名稱	報告書次數	本專題中心執行
第五部分第 3 題	e3	205	197 (72+52+73)

四、資料引用說明

由於各期刊或論文要求的參考文獻格式不同，可視需求自行修正。

1. 中文參考文獻格式

黃慶源（2014）。在不同廣告訴求型態下消費者整合倫理決策模式對廣告效果的影響（E97036）【原始數據】。取自中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心學術調查研究資料庫 <https://srda.sinica.edu.tw>。
doi:10.6141/TW-SRDA- E97036-1

2. 英文參考文獻格式

Chzng-yuan Huang. (2014). The Effects of Safety Climate on Safety Performance in International Logistics Center (E97036) [Data file]. Available from Survey Research Data Archive, Center for Survey Research, Research Center for Humanities and Social Sciences, Academia Sinica Web site: <https://srda.sinica.edu.tw>. doi:10.6141/TW-SRDA-E97036-1

五、聯絡方式

資料釋出單位

中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心
「學術調查研究資料庫」

E-mail

srda@gate.sinica.edu.tw

上述內容由中央研究院人文社會科學研究中心調查研究專題中心製作；尊重學術倫理，本資料僅供資料申請者使用，勿擅自拷貝或轉贈他人使用。
