

品牌文化與品牌溝通：提升員工品牌競爭力與顧客品牌權益

資料使用說明

一、計畫簡介

計畫主持人	江旭新
計畫執行單位	國立清華大學教育心理與諮商學系
經費補助單位	科技部
計畫執行期間	2016.08.01—2017.12.31
調查執行期間	2016.10.03—2017.08.31

二、釋出檔案說明

1. 資料使用說明

資料使用說明.docx	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. 資料檔

data.xlsx	計畫提供資料檔
-----------	---------

3. 報告書

report.pdf	報告書全文檔
------------	--------

三、資料整理內容及使用注意事項

1. 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，僅進行可識別個人身份資料檢查及刪除，未對變項名稱、變項及選項數值說明與問卷是否一致或有定義進行核對或修改。
2. 本計畫未提供問卷，請使用者在使用資料時留意。

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

江旭新（2022）。品牌文化與品牌溝通：提升員工品牌競爭力與顧客品牌權益（E10539）【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。doi:10.6141/TW-SRDA-E10539-1

2. 英文參考文獻格式

Hsu-Hsin Chiang (2022). Branding Culture and Brand Communication: Enhancing Employee Brand Competency and Customer-based Brand Equity (E10539) [Data file]. Available from Survey Research Data Archive, Academia Sinica. doi:10.6141/TW-SRDA-E10539-1

五、聯絡方式

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。
