

行動廣告訊息之呈現格式對公司形象與消費者滿意度影響之研究

資料使用說明

一、計畫簡介

計畫主持人	許正芳
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	2009/08/01 ~ 2010/07/31
調查執行期間	2010/01/01 ~ 2010/03/31

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

ques.doc	問卷檔(WORD 2003 版)
----------	------------------

3. 資料檔

data.sav	SPSS 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(WORD 2003 版)
--------------	--------------------------

5. 調查報告/研究報告

report.doc	報告書全文檔案(WORD 2003 版)
------------	----------------------

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(以下簡稱本專題中心)所進行的資料整理方式，為不合理值 (Illegal Value) 檢核。在整理過程中，並無發現不合理值。

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

許正芳 (2010)。行動廣告訊息之呈現格式對公司形象與消費者滿意度影響之研究 (E98004)【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- E98004-1

2. 英文參考文獻格式

Cheng-fang Hsu. (2010). The Influences of M-Advertising Message Format on Corporate Image and Customer Satisfaction (E98004) [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- E98004-1

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。
