**管理學報「新環境趨勢下的消費行為與行銷策略」特刊**

**作者資料表**

|  |  |  |
| --- | --- | --- |
| **論文中文標題** |  | |
| **論文英文標題** |  | |
| **特刊主題** | □ 新科技環境下的消費者行為行銷思維  □ 企業社會責任、善因行銷、行銷道德與行銷績效  □ 消費新趨勢與新勢力  □ 共享經濟與消費價值  □ 品牌價值與品牌關係重建  □ 連結理論與行銷實務的多元視野  □ 全球整合與在地深耕的行銷挑戰  □ 其他： | |
| **投稿類型** | □ 全文投稿（同步投稿「**特刊**」及「**研討會**」） □ 長摘要投稿（僅投稿「**研討會**」） | |
| 第一作者 | 姓名 |  |
| 服務單位 |  |
| 職稱 |  |
| E-mail |  |
| 連絡電話 |  |
| 是否為通訊作者 |  |
| 第二作者 | 姓名 |  |
| 服務單位 |  |
| 職稱 |  |
| E-mail |  |
| 連絡電話 |  |
| 是否為通訊作者 |  |
| 第三作者 | 姓名 |  |
| 服務單位 |  |
| 職稱 |  |
| E-mail |  |
| 連絡電話 |  |
| 是否為通訊作者 |  |

表格不足時請自行增加