

マーケティング論におけるレポートの形式について

file name: mro-rep-form-v00-00.doc

V00-00 (April 11, 2005)

1 2 3 4 5 6 7
1234567890123456789012345678901234567890123456789012345678901234567890

レポートの頭部の形式

クラス内番号: No.**

提出年月日: ****年(平成**年)**月**日

科目名: マーケティング論

レポート番号: No.**:

学部, **学科, *学年, 学生番号: No.***, 氏名: ****

出題年月日: ****年(平成**年)**月**日

レポート作成上の注意

1. 上記通りの頭部を必ず付けること。
2. A4の大きさとする。
3. Word, 一太郎、あるいはWordperfectなどを使用すること。
なお、1行35文字、50行、フォントサイズを10.5、そして左側の余白を30ミリとする。
4. レポートは原則として返却しない。コピーを取っておくこと。
5. ポイント・システムを使用すること (例: 1. 1.1 1.1.1)。
6. 図および表の番号は、下に書くこと。
7. 参考文献は最後のページにまとめて記載すること。著者名のアルファベット順とし、番号は[]で囲むこと。
(例: [10] Kotler, P. (1997).
Marketing Management, Ninth Edition,
Prentice-Hall)。
8. 引用は、著者名(発行年, ページ)の様に書くこと
(例: Kotler(1997, p.2); Kotler(1997, pp.2-10))。
9. 注は、(注: - - - - -)の様に書くこと。