

2009JMS 中国营销科学学术会议征稿通知

2009年《营销科学学报》学术年会将由南开大学商学院—天津大学管理学院共同承办,本次会议将于2009年10月24—25日在天津召开。会议的主题是“经济环境与市场营销”。届时将邀请国内外营销学界及相关学科的知名学者与会,一起探讨当前中国市场营销学理论前沿和社会热点问题,交流各自在营销领域的最新研究成果,整合优秀的学术资源,解决现实问题。本次年会将成为增强学术氛围、交流学术思想、展示研究成果和提高研究水平的平台。诚邀各兄弟院校相关院系以及市场营销研究机构积极参与,并组织力量围绕上述主题撰写相关论文。经同行专家评审后被录用的论文除了在大会上宣读外,还将推荐给《营销科学学报》发表。

另外,为了帮助年轻营销学者的成长,激发他们钻研学术的兴趣,培养其科学研究工作的能力,同时也为了能够促进国内各大高校博士生之间的学术交流和人才交流,本届年会将于2009年10月23日举办“博士生论坛”(Doctoral Consortium)。

会议主题	投稿邮箱地址
营销战略与营销案例	jms1@nankai.edu.cn
消费者行为	jms2@nankai.edu.cn
服务营销	jms3@nankai.edu.cn
网络营销	jms4@nankai.edu.cn
营销伦理与社会责任	jms5@nankai.edu.cn
营销创新与新产品开发	jms6@nankai.edu.cn
产品定价	jms7@nankai.edu.cn
广告与促销	jms8@nankai.edu.cn
营销渠道	jms9@nankai.edu.cn
国际营销	jms10@nankai.edu.cn
产业营销	jms11@nankai.edu.cn
研究方法 with 营销模型	jms12@nankai.edu.cn
品牌管理	jms13@nankai.edu.cn
其他	jms14@nankai.edu.cn

会议网址: <http://ibs.nankai.edu.cn/JMS2009/index.html>

联系电话: 022-23500519

附件: 会议论文评审流程及时间安排

1. 论文投稿安排

- (1) 所提交的论文(含博士生论文和博士生基金申请)请按不同主题发送到组委会指定的电子邮箱地址;
- (2) 论文投稿截止日期: 2009年7月15日(博士生论文与博士基金申请需特别注明);
- (3) 反馈录用通知日期: 2009年9月15日。

2. JMS会议论文评审流程

本次年会所有提交的会议论文将按主题分别由特约评审专家(编委及海外学者)进行匿名评审(百分制,5个评价标准),按专家打分的总和进行排序,排名前40%的论文提交大会参加优秀论文评选(TOP10)并全文收入到年会论文集,随后40%的论文进入大会交流论文。所有提交论文均收录到会议论文光盘。

会议第一天下午和第二天上午进行优秀论文和交流论文宣讲,具体的演讲时间安排和顺序将在会议前一周公布。每位演讲者讲解时间为15分钟,答辩时间10分钟。

学术会议最终评选出10篇优秀论文。

3. 会议注册费用安排

国内与会教师(含在职博士生)需缴纳会议注册费人民币1000元/人(会议现场缴纳1200元),全日制学生(需提供学生证证明)会议注册费为人民币600元/人(会议现场缴纳800元)。

2009JMS 中国营销科学博士生学术论坛通知

JMS 中国营销科学博士生学术论坛是汇聚国内优秀的营销学博士生进行互动交流的学术年会，其宗旨是为博士生提供高质量的交流辩论机会和激发共同兴趣的学术平台。

1. 本次论坛拟达到的主要目的是：

- (1) 提供博士生与知名学者相互认识并进行交流的平台；
- (2) 为博士生接触前沿学术课题提供条件，对博士论文及未来的研究工作提供帮助；
- (3) 向博士生提供就业信息交流机会；
- (4) 探讨博士生学术生涯相关问题，包括学术研究、教学以及职业规划等。

本届博士生学术论坛将于 2009JMS 中国营销科学学术年会前一天(即 2009 年 10 月 23 日)举行，此次论坛将独立于学术年会，欢迎海内外所有营销学科的在读博士生、硕士生投稿，参选论文将交由 JMS 理事会邀请的专家小组评定。

2. 论文提交要求如下：

- (1) 请将论文按主题提交到相应的电子邮箱，并在论文第一页左上角注明“JMS 中国营销科学博士生学术论坛参选论文”，否则按会议论文处理；
- (2) 投稿时间与学术会议论文投稿时间相同；
- (3) 论文必须是未经发表的原创作品；
- (4) 论文必须由博士生(或硕士生)独立完成；或由博士生(或硕士生)承担 70% 以上的工作，并作为第一作者提交的论文；
- (5) 论文提交格式参照《营销科学学报》征稿简则。

3. 博士生论坛论文评阅流程：

所有提交博士生论坛的论文将由海外评审专家进行匿名评审，排在前 10 名的论文作为优秀论文候选在大会宣读。最终，博士生论坛评选出 6 篇优秀博士生论文(一等奖 1 名、二等奖 2 名、三等奖 3 名)。

论坛于 2009 年 10 月 23 日上午 9:30 正式开始，下午 5:30 结束。会议将邀请著名专家对博士生进行指导；举行博士生研究基金现场答辩会；安排有意招聘博士生的高校与学生面谈；进行博士生论坛论文的宣讲、评比；最后为获得博士生研究基金和优秀论文的博士生进行颁奖。所有参加论坛的博士生需在论坛举行前一天到达论坛主办地点注册。

2009“JMS 博士生研究基金”申请通知

“JMS 博士生研究基金”旨在鼓励和支持市场营销方向的在读博士研究生进行优秀的博士论文研究。2009 年将继续资助 4~6 个研究项目,每个研究项目获资助强度为 5000~10000 元人民币。2009 年 10 月 23 日举办的 2009JMS 博士生论坛上将公布获资助的研究人和研究项目。

1. 申请资助项目说明:

(1) 请将申请按主题提交到相应的电子邮箱,并在论文第一页左上角注明“JMS 中国营销科学博士生研究基金申请”;

(2) 申请截止日期为 2009 年 7 月 15 日,逾期后的申请将不予受理;

(3) 申请人须为高等院校市场营销领域的在读博士生;

(4) 在提交申请时,申请者的博士论文研究进展必须尚未达到一半;提交申请的同时需要提交导师同意申请的书面声明,导师需证明申请者的博士论文研究尚未进行到一半;

(5) 为了便于对所提交的项目报告进行匿名评审,涉及申请人姓名、院校等身份信息请不要出现在申请书文件的任何地方。在提交申请书时需单独附上一个文档,列出申请题目、申请人及其导师姓名、院校、简短介绍(100 字以内)以及详细联系方式;

(6) 申请人需提交的项目报告的主要内容为:简要阐明所研究的问题领域与方向、解决问题的相关理论,要验证的假设、拟采纳的研究方法、对所收集数据拟采用的分析手段并列参考文献。注意报告中也需要指出预期结果对管理的启示与借鉴;

(7) 报告长度不要超过 8000 字,首页请给出申请项目的摘要和关键词。

2. 优胜者遴选:

(1) JMS 将组织专家对所提交的项目申请书进行匿名评审,评价标准包括:该题目潜在的学术贡献和管理价值、理论模型发展的质量与创新性、研究方法的可行性等,最终给出每份报告的评估成绩。

(2) 初评入围人员在博士生论坛期间须对研究报告进行现场宣讲,JMS 指定专家进行现场评审。

(3) 总分靠前的 4—6 名博士生最终获得资助。

3. 资助强度:

(1) 每位优胜者将获得 5000~10000 元人民币,用来完成所提交的研究项目;

(2) 项目结束后,获资助者需要把研究结果提交给 JMS 编委会以检查项目执行的效果,根据项目有关成果所整理的论文通过评审后可优先收录于《营销科学学报》中。

《营销科学学报》征稿简则

1. 征稿范围

本刊倡导学术研究的科学精神和规范方法,鼓励对市场营销及消费行为现象进行创新性理论探究和求证。来稿要求理论创新显著,研究方法规范,对营销实践具有深刻管理内涵。

2. 投稿要求

- 1) 封面页格式:中文标题→中文作者姓名、学位→工作单位、职称、通信地址、电话、电子邮箱、传真号码、致谢→中文摘要(不超过150字)→中文关键词→英文标题→英文作者姓名、学位、职称、工作单位、通信地址、电子邮箱→英文摘要(不超过100个单词)→英文关键词;多名作者署名的论文,请标明通信作者。
- 2) 论文正文格式:中文标题→中文摘要→中文关键词→英文标题→英文摘要→英文关键词→正文(正文中大的章节标题居中,小的子标题左对齐)→附录。论文正文中不要出现关于作者的任何信息。
- 3) 文章中的数学公式按出现的先后顺序统一编号。数学公式的标号放入圆括号内(例如(1)),并标注在公式行的右边。表或图按在文中出现的先后顺序统一编号(例如图1、图2……)。表的标号和标题放在相应表格上方,图的标号和标题放在相应图的下方。另外,尽可能不要使用脚注或尾注。
- 4) 参考文献在文中出现标注在圆括号中,如(Wensley, 1981),如果作者名需在正文中出现,标注成Wensley (1981);多个参考文献出现的顺序按照第一作者的英文字母顺序排列,如(Donnely和George, 1981; Iacobucci, Grayson和Ostrom, 1994; Nevin和Smith, 1981);四个作者以上的参考文献只需写出第一个作者,后加“等”,如(Rust等, 1999)。中文参考文献在文中的标注原则相同,形式如(胡晓云, 2003; 王永贵和董大海, 2004; 王海忠, 于春玲和赵平, 2006)。
- 5) 文后所附参考文献先列中文文献,然后列英文文献,接着其他文参考文献。无论是何种语言的参考文献,都遵循相同格式。具体格式如下:

中文参考文献的著录按汉语拼音形式排序(即A, B, ..., Z)。格式如下:

作者, 专著书名. 编者名, 出版地: 出版社, 出版年, 起止页码.

作者, 期刊文章名. 刊名, 出版年, 卷(期), 起止页码.

作者, 报纸文章名. 报纸名, 版次, 出版日期.

作者, 电子文献文章名. 文章出处或可获得地址, 发表或更改日期/引用日期(可选).

英文书籍、期刊、书籍中的某篇文章的著录格式按英文拼音排序。示例如下:

[1] CRAWFORD W, GORMAN M. Future libraries: dreams, madness & reality[M]. Chicago: American Library Association, 1995.

[2] DES MARAIS D J, STRAUSS H, SUMMONS R E, et al. Carbon isotope evidence for the stepwise oxidation of the Proterozoic environment[J]. Nature, 1992, 359: 605-609.

[3] TURCOTTE D L. Fractals and chaos in geology and geophysics[M/OL]. New York: Cambridge University Press, 1992[1998-09-23]. <http://www.seg.org/reviews/mccorm30.html>.

请在参考文献部分中每条索引前面加序号;每条索引的各行与第一行对齐。对于任何未列出的格式要求,请参照Journal of Marketing或联系本编辑部。

3. 稿件处理

来稿录用与否,本刊都会通知作者。若来稿未被录用,本刊限于人力不予退稿,请作者自留底稿。

4. 通信地址: 北京市海淀区清华大学经济管理学院舜德楼 326 室《营销科学学报》编辑部

联系电话: (010)62772941 传真: (010)62772941 邮政编码: 100084

电子邮件: jms@sem.tsinghua.edu.cn 网站: <http://www.jms.org.cn>

更正声明:《营销科学学报》第4卷第4辑(总第14辑)“渠道关系中专项投资研究综述”一文作者钱丽萍单位英文名称应为School of Economics and Business Administration, Chongqing University, 特此更正。