

《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→正文(正文中大的章节标题居中,小的子标题左对齐)→参考文献→英文标题→英文摘要→英文关键词→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(Donnelly, 1981; Iacobucci, 1994; Nevin, 1981);两个及以上作者的参考文献只需写出第一个作者,后加“et al.”如(Rust et al., 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, 2004; 王海忠等, 2006)。
- 5) 文末所附参考文献先列中文文献,然后列英文文献,接着列其他语种参考文献。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. 出版年. 专著书名. 编者名. 出版地: 出版社, 起止页码.

作者. 出版年. 期刊文章名. 刊名. 卷(期), 起止页码.

作者. 出版日期. 报纸文章名. 报纸名, 版次.

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

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. 1995. Future Libraries: Dreams, Madness & Reality [M]. Chicago: American Library Association.

[2] Marais D J, Strauss H, Summons R E, et al. 1992. Carbon isotope evidence for the stepwise oxidation of the proterozoic environment [J]. Nature, 359: 605~609.

[3] Turcotte D L. Fractals and Chaos in Geology and Geophysics [M/OL]. 1992 [1998-09-23]. New York: Cambridge University Press. <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: 北京市海淀区北京大学光华管理学院1号楼513室《营销科学学报》编辑部

联系电话: (010) 62757952 传真: (010) 62757952 邮政编码: 100871

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