

《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、通讯地址、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、通讯地址、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,请标明通讯作者。
- 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(Donnelly and 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. 通讯地址:北京市海淀区清华大学经济管理学院舜德楼南302室《营销科学学报》编辑部

联系电话:62772941

传真:62772941

邮政编码:100084

电子邮件:postmaster@jms.org.cn

网站:<http://www.jms.org.cn>