

# JMS 中国营销科学学术年会办会准则

(本准则经第二届理事会第一次会议表决通过)

## 第 1 条 总则

JMS 中国营销科学学术年会(以下简称年会)是由《营销科学学报》(*Journal of Marketing Science, JMS*) 主办、由理事会成员单位承办的纯学术性会议。

## 第 2 条 宗旨

年会倡导严谨、规范和科学的营销学术研究,强调营销研究的理论创新,鼓励营销教学与研究的交融,促进新的营销知识在中国的传播,推动中国营销学术社区的发展。

## 第 3 条 定位

年会应反映学术界对市场营销各个领域的最新研究进展,鼓励各种研究风格和研究方法,兼容定量研究和定性研究。

## 第 4 条 主题

年会鼓励对市场营销领域内的广泛主题进行探究、求证、模拟、预测,但每届年会的主题都有其侧重点。年会的主题由学报编委会和年会承办单位共同确定。

## 第 5 条 议程

年会主席由承办单位推荐产生。愿意承办年会的 JMS 理事会成员单位,必须在前一届年会之前提出书面申请及办会计划;在前一届年会上,JMS 理事会将通过民主投票的方式产生下一届年会承办单位。理事会在民主投票遴选年会承办单位时,应综合考虑申办单位的学术声誉、办会计划、办会基础设施、办会财力以及办会动机等因素。年会承办单位需及时向 JMS 理事长通报年会筹备进展情况,并根据其意见调整办会策略,以便每届年会均能坚持既定的宗旨和定位,实现学报及年会追求的目标。JMS 鼓励理事会成员单位以不收取或少收取会务费的方式承办年会,并以优惠的参会条件鼓励在校研究生积极投稿并出席年会。

## 第 6 条 会议论文

JMS 编辑部和年会承办单位设立专门网站受理年会论文。年会承办单位应依托 JMS 编委会和专业主编对提交的论文进行匿名评审,并确定会议宣读论文、张贴论文(不在会上宣读,但可在会场适当位置张贴其论文摘要)和不予接受论文。论文评审的主要标准包括研究问题的明确性、理论综述的恰当性、理论创新和学术贡献的大小、研究方法的适用性、讨论切题性,以及文章对营销管理实践的意义。年会承办单位应在开会前 30 天将论文是否录取和是否宣读的决定告知论文作者,同时将详细的会议安排在网站上公布。

## 第 7 条 其他

每届年会将根据情况邀请若干国内外知名营销学者就年会的侧重点做主题演讲。主题演讲人由学报主编、副主编和会议主席共同讨论确定。学报将根据中国营销学科发展和学术研究进展情况在年会期间适时举办各类专题研讨会、国际学术交流会以及国内外大学营销人才招聘会等活动。

## 第 8 条 附则

本准则于 2007 年 10 月 21 日开始生效。本准则由 JMS 理事会负责解释。