

《营销科学学报》征稿简则

1. 征稿范围

《营销科学学报》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) 学报只接受通过官方网站在线提交的稿件。投稿论文应按网页提示，在网页上直接录入文章标题、摘要、关键词以及作者详细信息（包括邮寄通信地址、邮编、电话、电子邮箱、传真、作者工作单位、职称、研究方向等信息）。多名作者署名的论文，需标明通信作者。
- (2) 投稿上传时，Word 或 PDF 文档不需分栏，不要出现任何作者信息、基金项目信息。论文的正文按下面的顺序撰写：中文摘要→中文关键词（关键词之间用“分号”分隔）→中文标题→正文（正文中的层次用阿拉伯数字编号，层次标题左对齐）→参考文献→英文标题→英文摘要→英文关键词→附录。
- (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) 英文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)；两个作者时用“and”写出，如 (Little and Rubin, 1987)；三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；郭艳红和邓贵仕, 2008；王海忠, 等, 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、刊中的某篇文章的著录格式按英文拼音排序。示例如下：

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

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

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>.

3. 特别声明

(1) 来稿录用与否都会通知作者；若来稿未被录用，限于人力不予退稿，请作者自留底稿。

(2) 投稿者如无特殊声明，稿件一经采用，一律视为编辑部拥有该稿件的印刷版、电子版和网络版的使用权。

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 《营销科学学报》编辑部

联系电话：(010) 62797199 传真：(010) 62797199 邮政编码：100084

电子邮件：jms@jms.org.cn 网站：www.jms.org.cn