

《营销科学学报》征稿简则(2019)

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) 本刊采取匿名评审制度,投稿上传时,**稿件正文不要出现任何作者信息、基金项目信息**。Word 或 PDF 文档**正文不需分栏**,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) 大标题 16 磅宋体,正文 10 磅宋,行距 2.6MM。篇幅建议控制在 20000 中文字左右。
- (4) 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。
- (5) 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; 玉海忠, 等, 2006)。
- (6) 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