



## 2017年JMS中国营销科学学术年会暨博士生论坛

### 征稿通知

2017年第十四届中国营销科学学术年会暨博士生论坛将由《营销科学学报》主办，暨南大学管理学院·市场学系承办，中国高校市场学研究会协办，国家自然科学基金委员会管理科学部支持。会议将于2017年11月10-12日在暨南大学管理学院召开，会议的主题是“互联网+背景下的中国市场营销：创新与理论”，届时将邀请国内外营销学界及相关学科的知名学者与会，一起探讨当前市场营销学理论前沿、尤其是互联网+背景下的市场营销和社会热点问题，交流各自在营销领域的最新研究成果，整合优秀的学术资源，解决企业和管理部门面临的管理问题。

本次年会将成为增强学术氛围、交流学术思想、展示研究成果和提升研究实力的高水平平台，诚邀各兄弟院校相关院系以及市场营销研究机构积极参与，并组织力量围绕上述主题撰写相关论文。经同行专家评审后，根据论文质量高低被录用为大会宣读（Oral Presentation）或张贴海报展示（Poster），并将优秀论文推荐给市场营销领域唯一的学术性期刊《营销科学学报》（CSSCI期刊源）发表。

另外，为了帮助年轻营销学者的成长，激发他们钻研学术的兴趣，培养其科学研究工作的能力，同时也为了能够促进国内各大高校博士生之间的学术交流和人才交流，本届年会将于2017年11月10日举办“中国营销科学博士生论坛”（Doctoral Consortium）。



本届年会暨博士生论坛的论文征集工作已经开始。年会论文投稿共分中文和英文投稿两部分，其中中文投稿论文分营销战略、消费者心理与行为、营销模型、产品与品牌、服务营销与互联网营销、跨文化营销与国际营销、广告与传播和渠道管理八个主题；英文论文和博士生论坛论文不分主题统一投稿。

### 1. 年会论文投稿说明

- (1) 本届年会采用在线投稿方式，链接将于6月份在会议网站开通。
- (2) 投稿论文请提交 Word 和 PDF 两种格式版本；论文被录用为演讲(Oral Presentation)的，须至少有一位作者参加会议，并宣讲论文。
- (3) 稿件正文应为匿名，不能出现任何作者信息，论文具体提交格式请参照《营销科学学报》统一格式规范。
- (4) 本届会议每人投稿论文数量不能超过三篇(包括博士生学术论坛论文)，且不能一稿多投，即同一篇论文不能同时投稿 JMS 年会和博士生学术论坛。

### 2. 注册支付

本届年会暨博士生论坛将采用在线注册及支付方式，注册及支付链接将于6月份在会议网站开通，请您持续关注会议官网。注册费标准如下：

	10月10日前 (含10日)	10月10日后 (含现场注册)
参会教师 (含在职研究生)	1000 元	1500 元
全日制学生	500 元	600 元
业界及其他参会代表 (含出版社等)	1500 元	2000 元



# 暨南大学管理学院

## Management School, Jinan University

### 3. 重要日期

- (1) 论文投稿截止日期: 2017年8月30日
- (2) 论文评审结果公布日期: 2017年9月30日
- (3) 早注册截止日期: 2017年10月10日
- (4) 博士生论坛举办日期: 2017年11月10日
- (5) 年会举办日期: 2017年11月11-12日

### 4. 联系我们

岳老师 电话: 020-85220180, E-mail: jms2017@126.com

### 4. 联系我们

岳老师 电话: 020-85220180, 黄赞老师 手机: 18802065970

E-mail: jms2017@126.com

### 5. 会议网址

<http://www.jmsmeeting.org.cn/index.php/subs?fid=20>





## 2017 JMS 中国营销科学博士生论坛通知

JMS 中国营销科学博士生论坛是汇聚国内优秀的营销学博士生进行互动交流的学术会议,其宗旨是为博士生提供高质量的交流机会和激发共同研究兴趣的学术平台。

### 1. 论坛主要目的

- (1) 提供博士生与知名学者相互认识了解并进行交流合作的平台;
- (2) 为博士生接触学术前沿提供条件,对博士论文及未来的研究工作提供帮助;
- (3) 向博士生需求单位提供招聘机会,向博士生提供就业信息;
- (4) 探讨博士生学术生涯的相关问题,包括学术研究、教学及职业规划等。

本届博士生学术论坛将于 2017 JMS 中国营销科学学术年会前一天(即 2017 年 11 月 10 日)举行,欢迎海内外营销学科的在读博士生(含硕博连读研究生)投稿,参选论文将交由 JMS 理事会邀请的专家小组评定。

### 2. 论坛论文要求

- (1) 请将论文(Word 和 PDF 两种格式版本)统一提交到大会投稿系统;
- (2) 投稿截止时间与学术会议论文投稿截止时间相同;
- (3) 论文必须是未经发表的原创作品;
- (4) 论文必须由博士生(或硕士生)独立完成;或由博士生(或硕士生)承担 70%以上的工作,并作为第一作者提交的论文;



(5) 稿件正文应为匿名，不能出现任何作者信息，论文具体提交格式请参照《营销科学学报》统一格式规范。

### 3. 论坛论文评阅流程

所有提交博士生论坛的论文将由海外评审专家进行匿名评审，排在前10名的论文作为候选优秀论文在大会宣读。最终，博士生论坛最终将评选出6篇优秀论文，一等奖（1名）、二等奖（2名）、三等奖（3名）。

