

《行銷評論》徵稿簡則

1. 本學報為學術刊物，每年六月、十二月各出版一期，全年接受投稿。
2. 本學報以促進行銷研究為目的，舉凡理論推演、實證驗證、觀念發展、個案研究、消費研究、市場調查方面的論文，均為本學報刊登之對象。
3. 本學報編輯委員由各大學行銷領域資深研究者組成，目前總編輯為國立臺北大學汪志堅教授。
4. 為維護學術倫理，來稿應未刊於其他刊物或書籍，且文責自負。稿件一經刊載，非經本學報同意，不得另行發表於其他刊物。稿件投稿後，視同授權本學報複製或儲存該論文，稿件一經接受後，本學報擁有將該稿件轉載與儲存於網站、光碟、資料庫、或發行於其他書籍、刊物、各類媒體等之權利。本學報稿件至少經過兩位審查者匿名審查。
5. 本學報接受曾在研討會發表之論文，但必須無著作權疑慮。為鼓勵學術知識分享，在合理範圍內與非營利前提下，作者可自行複製刊登於本學報之論文，基於學術研究之必要，讀者可複製論文以供學術研究或課堂討論之用。
6. 來稿中英文不拘，以不超過二十頁為原則。中文稿件應附英文論文題目、摘要、關鍵字，英文稿件應附中文論文題目、摘要、關鍵字。