

10-27-2005

한국마케팅저널 편집규정

Follow this and additional works at: <https://amj.kma.re.kr/journal>



Part of the [Marketing Commons](#)

Recommended Citation

(2005) "한국마케팅저널 편집규정," *Asia Marketing Journal*: Vol. 7 : Iss. 3 , Article 10.
Available at: <https://doi.org/10.53728/2765-6500.1157>

This Article is brought to you for free and open access by Asia Marketing Journal. It has been accepted for inclusion in Asia Marketing Journal by an authorized editor of Asia Marketing Journal.

한국마케팅저널 편집규정

한국마케팅저널은 한국마케팅학회에서 발행하는 학회지로서 마케팅 분야의 실증적, 개념적 및 review 논문을 게재하는 학술지로 제출 및 심사절차는 이메일로 이루어진다. 한국마케팅저널 편집위원회는 제출된 논문을 신속하고 공정하게 심사, 편집, 발행하기 위하여 다음과 같은 편집규정을 제정한다.

1. 논문 제출자격

학회회원뿐만 아니라 학계, 연구소, 업계실무자, 일반인 등 특별한 제한을 두지 않는다.

2. 게재가능

- ① 한국마케팅저널은 창의성이 높은 실증적, 개념적 및 review 논문 외에 연구노트, 사례, 열린 마당 등을 게재할 수 있다.
- ② 연구노트는 창의성은 높으나 학술적 논문으로 적합하지 않다고 판단되는 것으로 편집위원장이 심사절차가 진행되기 전이나 과정 중에 저자에게 연구노트로 심사가 진행됨을 통보할 수 있다.
- ③ 사례연구는 한국마케팅학회의 마케팅프론티어상 수상기업 사례만을 심사 없이 게재하고 한국학술진흥재단의 학술지 평가시에 논문으로 계산하지 않는다. 지금까지 한국마케팅저널은 다른 사례도 심사, 게재하였으나 본 편집규정이 시행되는 날부터(2005년 3월 25일) 이를 받지 않는다.
- ④ 열린 마당(open plaza)은 book review, issue, short essay 등을 다루며 A4 4-5장 정도의 분량으로 편집위원회에서 원로 회원 및 특정회원에게 원고를 청탁할 수 있다.

3. 중복 제출 금지

한국마케팅저널에 제출하는 논문이나 이와 유사한 논문은 다른 학술지에 게재되거나 심사진행 중인 것이 아니어야 한다. 논문의 유사성 여부는 편집위원회에서 다수결의 원칙으로 판단하며 사후에 발견되었을 경우 지면에 이러한 사실을 공지한다. 동수인 경우 편집위원장이 결정한다.

4. 편집위원회의 구성, 임기 및 역할

- ① 편집위원은 최근 2년간 연구업적이 우수한 회원 중에서 편집위원장이 10명 이내로 구성한다.
- ② 편집위원의 임기는 2년 이상으로 하며 편집위원장이 바뀌는 경우라도 50% 이상을 바꿀 수는 없다.
- ③ 편집위원은 위원장의 요청에 응할 의무가 있으며 편집관련 사항을 위원장에게 건의할 수 있다.
- ④ 편집위원회는 편집위원장이 소집하며 재적인원 과반수의 출석과 출석인원 2/3의 찬성으로 편집 관련 사항을 의결할 수 있다.

5. 논문 심사위원단과 임시심사위원

편집위원장은 자신의 임기 동안 제출된 논문의 심사를 위한 심사위원단을 구성한다. 심사위원단은 주요 학회지에 논문게재 실적이 많거나 편집위원회가 적절하다고 판단되는 학회회원으로 구성하며, 가능한 전국적으로 분포하도록 하며 1년 단위로 재구성할 수 있다. 편집위원장은 심사자를 원칙적으로 심사위원단에서 선정하나 해당 논문의 적절한 심사자가 심사위원단에 없다고 판단하면 임시심사위원을 선정하여 심사를 의뢰할 수 있다. 임시심사위원은 따로 공시하며 편집위원장이 본인의 의사를 물어 심사위원단으로 차기에 편입될 수 있다.

6. 심사 절차

- ① 투고된 원고는 한국마케팅저널의 투고요령에 맞는 경우에만 심사의 대상이 된다. 편집위원장은 투고요령에 맞지 않는 원고의 심사를 거부하거나 보완을 요청할 수 있다.
- ② 논문이 접수되면 편집위원장은 논문접수 사실을 저자에게 이메일로 통지하고 가능한 신속히 심사를 시작한다. 심사의 시작은 심사위원에게 심사를 의뢰한 날로 한다.
- ③ 편집위원장은 제출된 논문내용에 가장 부합한다고 생각되는 심사자를 선정하며 사정이 여의치 않을 경우 편집위원 중 1인에게 선정을 의뢰할 수 있다. 두 심사자의 의견이 긍정적으로 일치하면 편집위원장은 이를 토대로 게재여부를 결정한다. 그렇지 않은 경우 제 3 심사자에게 1심과 2심의 심사결과를 공개하여 심사를 의뢰한다. 편집위원장은 원칙적으로 심사자들의 의견을 따르나 심사결과가 성실하지 못하다고 판단하면 심사자를 교체할 수 있고 다시 심사할 것을 요청할 수 있다.
- ④ 편집위원장으로부터 논문의 심사를 의뢰 받은 심사위원은 논문의 발송일로부터 3주 이내(심사서에 마감날짜 명시)에 심사결과가 편집위원장에게 도착할 수 있도록 논문을 심사하고 발송한다. 심사위원은 논문의 영역이 자신에게 맞지 않거나 기타의 이유로 논문을 심사할 수 없는 경우 이를 즉시 편집위원장에게 알려야 한다.
- ⑤ 편집위원장은 심사자에게 원고를 보낸 날로부터 3주 이내에 심사결과를 받지 못하면 곧 바로 독촉할 수 있다. 심사자가 심사를 계속 지연하면 편집위원장은 원활한 심사를 위해 새로운 심사자를 선정하여 심사를 의뢰할 수 있다.
- ⑥ 심사자가 논문의 심사결과 논문을 수정·보완할 것을 요청하면 편집위원장은 저자에게 그 내용을 알린다. 논문의 수정·보완을 요청 받은 저자는 편집위원장이 수정요청서를 발송한 날로부터 약6개월 이내(해당 학기 방학 끝날 때까지)에 수정본과 수정요지서를 제출하여야 한다(재심 포함). 저자가 편집위원장에게 특별한 사유와 함께 수정본 제출일의 연장을 요구하는 경우 편집위원장은 이를 수용할 수 있다. 저자가 사유를 통보하지 않고 약6개월 이내에 제출하지 못하면 자신의 논문을 논문심사과정으로부터 철회한 것으로 간주하여 게재불가로 판정한다.
- ⑦ 편집위원장은 수정·보완된 논문과 수정요지서를 받은 후 이를 당초 심사내용과 심사자들에게 보내 재심을 하도록 요청한다. 재심 기간은 원칙적으로 2주로 한다.

7. 특집호 발행

한국마케팅저널은 필요하다고 인정하는 경우 특집호를 발행할 수 있다. 필요성 여부는 편집위원회에서 결정하며 특집호를 담당하는 임시 편집위원장을 둘 수 있다.

8. 논문의 게재 시점과 배치 순서

게재 결정된 논문은 게재확정서를 보낸다. 게재 결정된 논문은 가급적 가장 가까운 시기에 발행되는 호에 게재되며 다만 해당 호에 게재될 논문이 적정한 편수(약 5편)를 넘으면 차기호로 게재를 연기할 수 있다. 게재 순서는 게재 확정일을 기준으로 하며 연구논문, 연구노트, 사례연구, 열린 마당의 순서로 배열한다.

9. 편집위원장의 원고제출 제한

보다 공정한 심사가 이루어지도록 하기 위하여 편집위원장은 임기 동안 자신의 원고를 한국마케팅저널에 제출할 수 없다.

10. 기타 편집관련 쟁점

이상에서 제시한 규정을 벗어나는 쟁점이 발생하는 경우 편집위원회에서 논의하여 결정한다.

11. 게재 논문의 판권

한국마케팅저널에 게재된 논문의 판권은 한국마케팅학회가 갖는다.