page contents

SISTEMA ELETRÔNICO DE EDITORAÇÃO DE REVISTAS

USUÁRIO

Login

Senha

Lembrar usuário

Acesso

CONTEÚDO DA REVISTA

Pesquisa

Todos

Pesquisar

Procurar

- Por Edição
- Por Autor
- Por Título
- Outras revistas

INFORMAÇÕES

- Para Leitores
- Para Autores
- Para Bibliotecários

EDIÇÃO ATUAL

ATOM 1.0

RSS 2.0

RSS 1.0

Submissões

- » Submissões Online
- » Diretrizes para Autores
- » Declaração de Direito Autoral

Submissões Online

Já possui um Login/Senha para a revista Revista Brasileira de Marketing e-ISSN:2177-5184?
ACESSO

Não tem Login/Senha?
CADASTRO DE USUÁRIOS

O cadastro no sistema e posterior acesso ou login são obrigatórios para submissão como também para verificar o estágio das submissões.

Diretrizes para Autores

Diretrizes Gerais de Redação

• 1. O artigo submetido à **REMark** será avaliado primordialmente quanto a seu mérito científico;

• 2. Para redação e apresentação do texto é requerida a sua adequação às normas da American Psychological Association (APA). APA e deve ser escrito em fonte Times New Roman tamanho 12 em espaço 1,5. O layout da página deve ser papel A4 (29,7 x 21 cm), com margens: superior (3 cm), esquerda (3 cm), inferior (2 cm) e direita (2 cm);

• 3. O artigo deve possuir no mínimo 15 e no máximo 25 páginas, incluindo: Título, resumo, palavras-chave, abstract, key-words, introdução, metodologia, análise e discussão dos resultados, conclusões e as referências;

• 4. Quadros, tabelas, gráficos e ilustrações (preto e branco ou coloridas) deverão ser incluídos no documento principal, na sequência em que aparecem no texto e escritas em tamanho 10;

• 5. O resumo e as palavras-chave do artigo, na língua original do trabalho e em inglês, não devem ultrapassar 250 palavras;

• 6. É permitido o máximo de quatro autores para cada artigo;

• 7. O artigo deve ser inédito no Brasil ou em outro país, não sendo considerada quebra de ineditismo a inclusão de parte ou de versão preliminar do mesmo em anais de eventos científicos de qualquer natureza;

• 8. O Artigo não pode ser submetido à avaliação simultânea em outro periódico;

• 9. O Editor pode aceitar ou não o artigo submetido para publicação, de acordo com a política editorial;

• 10. O autor que tem um artigo em processo de avaliação não deve submeter outro até receber a avaliação final da submissão;

• 11. O Editor pode ou não aceitar um artigo após o mesmo ter sido avaliado pelo sistema duplo-cego (Double Blind Review), o qual garante anonimato e sigilo tanto do autor (ou autores) como dos pareceristas;

• 12. O Editor pode sugerir alterações do artigo tanto no que se refere ao conteúdo da matéria como em relação à adequação do texto às normas de redação e apresentação (APA);

• 13. O artigo deve ser escrito de forma correta em termos gramaticais. Os pareceristas não farão correções;

• 14. O artigo aprovado para publicação será submetido à edição final e a revisão ortográfica e gramatical;

• 15. No sistema OJS, adotado pela **REMark**, o autor(es) terá a submissão do artigo automaticamente recusada pelo sistema se não aceitar as cláusulas de exclusividade, originalidade e de direitos autorais;

• 16. O Sistema OJS anota a data de entrada e os passos do processo de avaliação e editoração do artigo, sendo que o autor(es) pode acompanhar o status de seu artigo, automaticamente pelo sistema;

• 17. O editor e/ou qualquer indivíduo ou instituição vinculada aos seus órgãos colegiados não se responsabilizam pelas opiniões, ideias, conceitos e posicionamentos expressos nos textos, por serem de inteira responsabilidade de seu autor (ou autores);

• 18. As avaliações são feitas em formulário de avaliação padronizado, havendo espaço para comentários personalizados, os quais são encaminhados ao autor(es) em caso de aceite condicional, correções ou recusa;

• 19. O artigo deve ser submetido somente online pelo site www.revistabrasileiramarketing.org.

Processo de Avaliação por Pares

O processo de avaliação de artigos submetidos à **Revista Brasileira de Marketing - REMark** é caracterizado por um sistema de tripla avaliação e envolve duas etapas sequenciais: o *desk review* e a avaliação pelos pareceristas. Na *desk review*, os editores se reúnem e analisam, sem qualquer identificação dos autores, os artigos recebidos para avaliar sua pertinência ao escopo da revista e seu potencial para contribuir, significativamente, para o conhecimento no campo de estudo de marketing. Quando necessário, os editores também envolvem membros do comitê científico nesse processo. Esta avaliação ocorre mensalmente. Quando o trabalho submetido não

for adequado às políticas da revista os autores são comunicados sobre a decisão, em até sessenta dias contados a partir da data de submissão. Em geral sugere-se periódicos alternativos.

Os artigos aprovados na etapa anterior - *desk review* - são encaminhados a dois dos avaliadores especialistas que compõem o corpo de pareceristas da revista para avaliação no sistema *Double Blind Review*. Os pareceristas são professores e pesquisadores associados a programas de pós-graduação *stricto sensu* de instituições de ensino nacionais ou estrangeiras. Os artigos são avaliados considerando-se a relevância do tema estudado para o marketing, a redação, o encadeamento lógico da revisão teórica com a utilização de referências apropriadas, a adequabilidade dos procedimentos metodológicos, a profundidade e a consistência das análises, o delineamento das conclusões e a relevância das contribuições. Esta etapa do processo de avaliação pode durar até três meses, sendo que ao seu término, os autores são comunicados sobre a decisão editorial. Quando os pareceristas solicitarem ajustes no artigo, será concedido aos autores, a critério do editor, um prazo entre trinta e sessenta dias para a incorporação das sugestões e correções requeridas.

Após a realização dos ajustes solicitados e constatação destes pelos pareceristas e editores, os artigos são submetidos à revisão ortográfica, gramatical e de adequação às normas adotadas pela revista e à editoração final do documento. A conclusão desse processo não implica a publicação imediata do artigo, cabendo aos editores, de acordo com as políticas editoriais, elaborar as pautas e decidir qual o momento apropriado para a publicação.

Itens de Verificação para Submissão

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

1. O arquivo deve estar em formato Microsoft Word ou RTF (desde que não ultrapasse os 2MB);
2. Palavras estrangeiras devem ser grafadas em itálico enquanto neologismos ou acepções incomuns devem ser escritas entre “aspas”;
3. A identificação de autoria do trabalho deve ser removida do arquivo e da opção Propriedades no Microsoft Word;
4. É permitido o máximo de quatro autores para cada artigo;
5. Os quadros, tabelas, gráficos, e ilustrações devem apresentar as respectivas legendas, citando a fonte completa;
6. Unidades de medida devem seguir os padrões do Sistema Internacional (SI), elaborados pelo Bureau Internacional de Pesos e Medidas (BIPM) [www.bipm.org];
7. O(s) autor(es) se responsabiliza(m) pelo conteúdo do artigo submetido à revista e autoriza(m) sua publicação.

Declaração de Direito Autoral

• O(s) autor(es) autoriza(m) a publicação do artigo na revista;

• O(s) autor(es) garante(m) que a contribuição é original e inédita e que não está em processo de avaliação em outra(s) revista(s);

• A revista não se responsabiliza pelas opiniões, ideias e conceitos emitidos nos textos, por serem de inteira responsabilidade de seu(s) autor(es);

• É reservado aos editores o direito de proceder ajustes textuais e de adequação dos artigos às normas da publicação.

Revista Brasileira de Marketing ISSN: 2177-5184