

Revista Portuguesa de Marketing // Portuguese Marketing Journal

Regulamento // Regulation

Versão Portuguesa: páginas 1 - 4

English Version: pages 5 - 7

REGULAMENTO

Estatuto Editorial

1. A Revista Portuguesa de Marketing (RPM), publicação de âmbito internacional, é uma revista de cariz científico e académico, publicada pelo Instituto Português de Administração de Marketing (IPAM – The Marketing School), parte do grupo Laureate International Universities.
2. A Coordenação da RPM é da responsabilidade do IPAM Lab – Unidade de Investigação em Marketing e Consumo do IPAM – The Marketing Schools.
3. A RPM publica artigos das áreas científicas do Marketing, Consumo e Gestão, que se apresentem como aproximações rigorosas aos recentes desenvolvimentos científicos daquelas áreas.
4. A RPM apresenta-se como um veículo de divulgação da investigação e conhecimento nas áreas científicas do Marketing, Consumo e Gestão, não dando preferência a nenhuma corrente de pensamento científico.
5. A RPM pretende divulgar o conhecimento junto de académicos, gestores, estudantes e profissionais de marketing, consumo e gestão.
6. A RPM publica dois números por ano (semestral). Dois números constituem um volume. Excecionalmente a RPM pode publicar números especiais.
7. A principal língua de publicação da RPM é o português. Publica também artigos na língua castelhana ou inglesa.
8. A RPM pode publicar artigos científicos com estatutos diferenciados. Os artigos científicos (*senior research*) destinam-se à divulgação de resultados e conclusões de investigações ou a explorações teóricas fundamentadas. As notas de investigação (*junior research* ou *research notes*) apresentam investigações em curso ou trabalhos de alunos. Ambos são sujeitos ao processo de *double-blind refereeing* pelos revisores doutorados que integram o *Reviewers' Board*.
9. A RPM reserva-se o direito de convidar autores de reconhecido mérito e reputação a publicar sem passar pelo processo de *refereeing*. Nestes casos, tal será mencionado em nota de rodapé do artigo.
10. A RPM aceita para publicação, para além de artigos, *book reviews*, comentários críticos, *replies* ou outros, desde que enquadrados no estatuto editorial e em secções devidamente identificadas.

11. A RPM aceita introduzir publicidade desde que devidamente autorizada pela Coordenação da Revista e respeite as regras de publicação.
12. O IPAM Lab – Unidade de Investigação em Marketing e Consumo do IPAM – The Marketing Schools assume o estatuto de Consultor Científico permanente da RPM. É do âmbito das suas competências, entre outras, fazer-se representar no Conselho Editorial, emitir pareceres sobre o estatuto editorial da RPM e dinamizar a submissão de artigos resultantes de projectos de investigação por si desenvolvidos. A Equipa Editorial é composta pelos coordenadores locais do IPAM Lab, que assumem qualidade de Editores e pelo Coordenador Editorial, apontado pelo IPAM – The Marketing School, e é liderada pelo coordenador global do IPAM Lab, que assume a qualidade de Editor-Chefe.

Conselho Editorial

13. A RPM possui um Conselho Editorial composto por individualidades de reconhecido mérito académico e científico, que participam no Scientific Advisory Board ou somente no Reviewers' Board.
14. Todos os membros do Conselho Editorial têm competências para desenvolver o processo de *refereeing*.
15. Compete ao Scientific Advisory Board aconselhar sobre a gestão científica da RPM e sobre a sua orientação estratégica.
16. A seleção dos membros do Scientific Advisory Board é realizada por convite, sendo essa uma competência do Editor-chefe da Revista Portuguesa de Marketing.
17. A seleção dos membros do Reviewers' Board é feito pelos Editores com base em candidaturas espontâneas ou como resultado de Call for Reviewers, com base em critérios científicos objetivos: terem grau de doutorado (requisito obrigatório) e terem publicações científicas de relevo na área de marketing e consumo.
18. O Reviewers' Board é avaliado periodicamente pelos Editores com vista a assegurar a qualidade do processo de revisão.
19. Os membros do Reviewers' Board são-no durante um período limitado, tipicamente de dois anos, sujeito à reconfirmação/renovação pelos Editores.

Submissão de Artigos

20. Um artigo submetido para publicação deve ser original, não ter sido publicado e não estar submetido para publicação noutra meio de comunicação de cariz semelhante. Esta regra não se aplica, contudo, a comunicações em conferências.
21. Todos os artigos devem ser submetidos em português, inglês ou espanhol.
22. A RPM reserva-se o direito de utilizar os artigos que publica, mencionando sempre o(s) autor(es) dos mesmos e a respetiva referência bibliográfica.
23. Todos os artigos devem ser submetidos para rpm@ipam.pt.
24. Devem ser submetidos dois exemplares eletrónicos do artigo. Um deve mencionar a identificação do autor; o outro deve ser anónimo. Ambos devem conter todas as tabelas, gráficos e figuras nos locais onde deverão aparecer. Só se aceitam ficheiros em formato Word.
25. A acompanhar os exemplares acima referidos deve o autor enviar a ficha de identificação totalmente preenchida, nomeadamente a que secção se destina o artigo: *senior* ou *junior research/research notes*. Esta ficha pode ser solicitada em rpm@ipam.pt.

26. Todos os artigos submetidos devem obedecer às normas de publicação em vigor. Estas encontram-se compiladas num ficheiro disponível para *download* em www.rpm.pt. Os artigos que não cumprirem estas normas não serão sujeitos ao processo de *refereeing* e serão devolvidos aos autores para formatação.

Processo de Refereeing

27. Os artigos propostos a publicação são submetidos a um processo de *double blind refereeing*.
28. Dois *referees* recebem o artigo, sem identificação do autor, que o avaliam de acordo com parâmetros pré-estabelecidos. A avaliação obedece a duas componentes: quantitativa e qualitativa.
29. A classificação dos artigos é feita de acordo com quatro níveis: Nível A (o artigo deve ser publicado, sem alterações); Nível B (o artigo deve ser publicado com algumas alterações; não carece de nova revisão); Nível C (o artigo pode ser publicado desde que com a introdução das alterações sugeridas pelo *referee*; a nova versão do trabalho requer apreciação); Nível D (o artigo não reúne as condições para publicação).

Comunicação da decisão do processo de Refereeing e nova entrega de artigos revistos

30. É a responsabilidade dos Editores avaliarem os relatórios dos *referees* e preparar um *Editorial Report* conjugando os comentários dos mesmos e indicando a decisão para publicação, que deve ser sempre a mais baixa das duas decisões (ex. ao haver uma decisão C e uma decisão B, a decisão do Editor deve ser de C, explicando no *Editorial Report* os elementos que levaram a essa decisão e incentivando à realização das alterações solicitadas por ambos os *referees*).
31. A decisão é comunicada aos autores pelo Coordenador Editorial, sendo que os autores recebem uma cópia da avaliação dos *referees*, em conjunto com o *Editorial Report*, mas sem identificação dos *referees*.
32. No caso de uma decisão tipo B ou C, os autores devem explicitar a forma como foram abordadas todas as alterações recomendadas pelos *referees*, junto com a entrega da versão revista do artigo em causa, sempre para rpm@ipam.pt.
33. Os artigos revistos enviados pelos autores serão sujeitos à nova avaliação dos *referees* que fizeram uma recomendação C ou à avaliação dos editores, caso a recomendação feita pelos *referees* tiver sido B. No final deste processo, a decisão do processo de *refereeing* é novamente comunicada aos autores de acordo com o estipulado nos pontos 30 a 32 do presente regulamento.
34. De notar que, em qualquer altura do processo de *refereeing*, desde que antes da assinatura do termo de responsabilidade, os autores podem retirar o seu artigo do processo de *refereeing*, mediante comunicação expressa para rpm@ipam.pt. Não será possível neste caso, no futuro, resubmeter o mesmo artigo à RPM.

Termo de responsabilidade e Produção gráfica

35. Findo o processo de *refereeing* com uma recomendação A – seguir para a publicação, devem todos os autores do referido artigo preencher um termo de responsabilidade / declaração de copyright, assinado por todos e remetido para rpm@ipam.pt. O respetivo termo de responsabilidade pode ser solicitado por email para rpm@ipam.pt.
36. Após a assinatura do termo de responsabilidade, o artigo seguirá para produção, e será enviado aos autores um exemplar das provas para puderem efetuar eventuais correções ortográficas. Nesta fase, não se aceitam

alterações de fundo, uma vez que o artigo deve ser publicado tal como aceite pelos referees e respetivos Editores.

37. Os autores de artigos publicados receberão um off-print do seu artigo em formato eletrónico.

Disseminação dos artigos publicados na RPM

38. Todos os artigos publicados na RPM serão publicados em formato digital no site da RPM (www.rpm.pt), e nas plataformas digitais em que a RPM se encontra indexada em determinados momentos (ex. bases de dados científicas tipo ProQuest, EBSCO) ou em que decide publicar os artigos em conformidade com a estratégia de comunicação do IPAM – The Marketing School e do grupo Laureate International Universities em que o IPAM se insere.

REGULATION

1. The Portuguese Marketing Journal (RPM) is an international scientific journal published by the Portuguese Institute of Marketing Management (IPAM – The Marketing School), part of Laureate International Universities.
2. RPM's coordination is made by IPAM Lab – Research Unit in Marketing and Consumption of IPAM – The Marketing Schools.
3. RPM publishes papers from the fields of Marketing, Management and Consumer Behaviour that are considered rigorous approaches to recent scientific developments in those fields.
4. RPM aims to disseminate research and knowledge in the scientific fields of Marketing, Management and Consumer Behaviour, giving no preference to any stream of scientific thought.
5. RPM aims to reach mainly marketing management researchers, managers, students and entrepreneurs.
6. RPM publishes two issues per year. Those two issues are compiled in a volume. Exceptionally, RPM may publish special issues.
7. RPM's main publication language is Portuguese. It also publishes papers in Spanish and English.
8. RPM may publish papers with different statutes. Scientific papers (senior research) aim to present results and conclusions of researches or theoretical explorations. Research notes (or junior research) present ongoing research or works of students. Both types of papers are submitted to a refereeing process by PhD researchers part of Reviewers' Board, and unlike specified otherwise published papers are Scientific Papers. When Research Notes and Junior Research, papers are duly identified as such.
9. RPM reserves the right to invite authors of recognized merit and reputation to publish without going through the refereeing process. Such cases are very rare and duly identified as such.
10. RPM accepts for publication book reviews, critical commentaries, replies or other type of scientific texts providing they are in accordance with the editorial statement.
11. RPM accepts promotional material providing that it is authorized by the Editorial Coordination and complies with the publication rules.
12. IPAM Lab – Research Unit in Marketing and Consumption at IPAM – The Marketing Schools is the permanent Scientific Counselor of RPM. IPAM Lab is represented in the Editorial Board, provides official notes about subjects related with the editorial statement and is responsible for the submission of papers that present results of its research projects. The Editorial Team is composed of the local coordinators of IPAM Labs, which assume the role of Editors and by the Editorial Coordinator, appointed by IPAM – The Marketing School, and is led by the general coordinator of IPAM Lab, which assumes the role of Chief Editor.

Editorial Board

13. RPM has an Editorial Board composed by individualities of recognized academic and scientific merit.
14. All members of the Editorial Board are considered to have competencies to be involved in the refereeing process.
15. The Editorial Board may advise on the scientific management of RPM and strategic directions.

16. The selection of members of the Editorial Board is made by invitation, to be discussed and decided by the Editorial Team.
17. The selection of members of the Reviewers' Board is done by the Editors, based on spontaneous applications of those reviewers or applications submitted during a specific call for reviewers. Criteria have minimum requirements to be holders of PhD degree (compulsory) and to have relevant scientific publications in the area of marketing and consumer behavior.
18. The Reviewers' Board is periodically evaluated by the Editorial Team to ensure the quality of the review process, as well as the regular and prompt response to the reviews required by the Editorial Coordinator.
19. The members of the Reviewers' Board play this role typically during a two-year period and they are subject to specific reconfirmation/renewal by the Editors.

Papers Submission

20. A paper submitted for publication must be original, not published and/or submitted for publication in another Journal. This rule is not applied to communications in conferences.
21. All papers should be submitted in Portuguese, English or Spanish.
22. RPM reserves the right to use the papers that it publishes, always mentioning the authors and the bibliographical reference.
23. All papers must be submitted by electronic mail to rpm@ipam.pt.
24. The submission must include two files. One is the full paper with author identification; the other should be anonymous. Both must contain all tables, graphics and figures in the place where they should appear in the text. The papers should be submitted only in Microsoft Word format, following RPM template.
25. Together with the submission of full papers (identified and anonymous), the author must include the author identification form duly filled in.
26. All submitted papers must follow the publication guidelines. These are available at www.ipam.pt. Papers that do not comply with these guidelines will not enter the refereeing process and will be sent back to authors for formatting according to RPM guidelines.

Refereeing Process

27. All papers proposed to publication are submitted to a double blind refereeing process.
28. Two referees receive the paper, without identification of the author, in order to evaluate it according to pre-established parameters. The evaluation has two components: quantitative and qualitative.
29. The classification of the papers is made according to four levels: Level A (the paper should be published, without changes); Level B (the paper may be published subject to minor changes; it does not need a new revision); Level C (the paper may be published with changes suggested by the referees; the new version requires a new revision); Level D (the paper doesn't meet the standards for publication).

Communication of the decision of the Refereeing process to authors and new submission of reviewed papers

30. It is the responsibility of the Editors to evaluate the referee reports and prepare an Editorial Report encompassing referees' comments and indicating the publication decision, which should always be the

lowest of classifications given by all referees (e.g. if two classifications are given to a paper, one B and one C, the Editorial decision must be C and the reasons for giving this classifications should be indicated in the editorial report, together with clear incentive for the authors to perform the changes indicated by both referees).

31. The editorial decision is communicated to the authors by the Editorial Coordinator, together with a copy of referees' evaluations.
32. Upon submission of the reviewed paper following a B or C decision, authors must turn explicit how they addressed ALL changes asked by referees. Both the reviewed paper and the document including the changes addressed should be sent to rpm@ipam.pt.
33. All reviewed papers sent by authors will be subject to a new evaluation. If decision was C, reviewed papers will be sent to the referees who gave a C decision. If decision was B, reviewed papers will be evaluated by the Editors. After the evaluation process is concluded, the decision of the refereeing process is communicated to authors according to the procedure stipulated in points 30 to 32 of present document.
34. Anytime during the referee process up to the moment when the Copyright form is signed, authors may withdraw their paper from the refereeing process, To do so, they must send an email to rpm@ipam.pt and they will receive a confirmation that their paper is no longer in the referee process. In this case, it will no longer be possible to resubmit this paper to RPM on future occasions.

Copyright Form and Production

35. Once the refereeing process reaches an A classification – accepted for publication, all authors of the paper must sign a copyright form (provided by the Editorial Coordinator to authors) which will follow in scanned version by email to rpm@ipam.pt and in paper, by mail, to RPM address, provided by the Editorial Coordinator.
36. After the copyright form has been signed by all authors and received by the Editorial Coordinator, paper is included in a RPM issue which will follow to print in due course. Once formatted for printing, authors will receive a proof to indicate minor corrections due to formatting. No substantive corrections will be accepted in this phase.
37. Authors of published papers receive a digital copy of their paper by email.

Dissemination of papers published in RPM

38. All papers published in RPM will be distributed in digital version on RPM site (www.rpm.pt) and on other digital platforms where RPM is indexed (e.g. scientific databases like EBSCO, Proquest) or where RPM issues or volumes are published in accordance with the communication strategy of IPAM – The Marketing School and Laureate International Universities.