



REGULAMENTO | *REGULATION*

Estatuto Editorial

Editorial Statement

1. A Revista Portuguesa de Marketing (RPM) é uma revista de cariz científico e académico publicada pelo Instituto Português de Administração de Marketing.

The Portuguese Journal of Marketing (RPM) is a scientific and academic journal published by the Portuguese Institute of Marketing Management (IPAM).

2. A Coordenação da RPM é da responsabilidade da Ensigest, entidade titular do IPAM.

RPM's coordination is made by Ensigest, the company owner of IPAM.

3. A RPM publica artigos das áreas científicas do Marketing e da Gestão, que se apresentem como aproximações rigorosas aos recentes desenvolvimentos científicos daquelas áreas.

RPM publishes papers from the field of Marketing and Management that present as rigorous approaches to the recent scientific developments of those areas.

4. A RPM apresenta-se como um veículo de divulgação da investigação e conhecimento nas áreas científicas do Marketing e da Gestão, não dando preferência a nenhuma corrente de pensamento científico.

RPM presents itself as a communication mean of research and knowledge in the scientific areas of Marketing and Management, giving no preference to any stream of scientific thought.

5. A RPM pretende divulgar o conhecimento junto de académicos, gestores, estudantes e profissionais de marketing e gestão.

RPM aims to reach mainly to researchers, managers, students and professionals of marketing and management.

6. A RPM publica dois números por ano (semestral). Dois números constituem um volume. Excepcionalmente a RPM pode publicar números especiais.

RPM publishes two editions per year (one in each semester). Two editions constitute a volume. Exceptionally, RPM can publish special editions.

7. A principal língua de publicação da RPM é o português. Publica também artigos na língua castelhana ou inglesa.

RPM's main publication language is Portuguese. It also publishes articles in Spanish and English.



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 *refereeing*.

RPM publishes scientific papers with differentiated statutes. The scientific articles (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.

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.

RPM reserves the right to invite authors of recognized merit and reputation to publish without going thru the refereeing process. Such cases are mentioned in footnote.

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.

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. A RPM aceita introduzir publicidade desde que devidamente autorizada pela Coordenação da Revista e respeite as regras de publicação.

RPM accepts advertising providing that it is authorized by the Editorial Coordination and complies with the publication rules.

12. O IDIM – Instituto para o Desenvolvimento e Investigação em Marketing, 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.

IDIM – Institute for the Development and Research in Marketing is the permanent Scientific Counsellor of RPM. IDIM 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.



Conselho Editorial

Editorial Board

13. A RPM possui um Conselho Editorial composto por individualidades de reconhecido mérito académico e científico.

RPM has an Editorial Board composed by individualities of recognized academic and scientific merit.

14. Os membros do Conselho Editorial têm competências para desenvolver o processo de *refereeing*.

The Editorial Board is responsible for the process of refereeing.

15. Compete igualmente ao Conselho Editorial aconselhar sobre a gestão científica da RPM.

The Editorial Board is also responsible for advising on the scientific management of RPM.

16. A selecção dos membros do Conselho Editorial é realizada por convite, sendo essa uma competência do Director da Revista Portuguesa de Marketing.

Editorial Board member selection is made by invitation, under the responsibility of the RPM Director.

Submissão de Artigos

Articles Submission

17. 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.

An article submitted for publication must be original, not published and/or submitted for publication in another Journal. This rule is not applied for communications in conferences.

18. Todos os artigos devem ser submetidos na língua original.

All articles should be submitted in their mother language.

19. A RPM reserva-se o direito de utilizar os artigos que publica, mencionando sempre o (s) autor (es) dos mesmos e a respectiva referência bibliográfica.

RPM reserves the right to use the papers that it publishes, always mentioning the authors and the bibliographical reference.

20. Todos os artigos devem ser submetidos para rpm@ipam.pt.

All papers should submitted by electronic mail to rpm@ipam.pt



21. Devem ser submetidos dois exemplares electrónicos 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.

The submission has to be made with two electronic copies of the paper. One should mention the author's 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.

22. 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 encontra-se disponível para *download* em www.ipam.pt

With the two copies mentioned above, the author has to send the identification form completely filled in, namely the section to which the paper is applying to. The identification form is available for download at www.ipam.pt

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

All submitted papers must follow the publication guidelines. These are available for download at www.ipam.pt. The papers that don't comply with these guidelines will not be submitted to the refereeing process.

24. Os autores de artigos publicados receberão um exemplar da Revista Portuguesa de Marketing e um *off-print* em formato electrónico.

The authors of published papers receive the number of the Portuguese Journal of Marketing and an off-print in electronic format.

Processo de Refereeing

Refereeing Process

25. Os artigos propostos a publicação são submetidos a um *double blind refereeing process*.

The papers proposed to publication are submitted to a double blind refereeing process.

26. 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.

Two referees receive the paper, without identification of the author, evaluating the paper according to pre-established parameters. The evaluation has two components: quantitative and qualitative.



27. 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).

The classification of the papers is made according to four levels: Level A (the paper should be published, without alterations); Level B (the paper must be published with some changes; it does not need a new revision); Level C (the paper can 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).

28. Os autores recebem uma cópia da avaliação, mas sem identificação dos *referees*.

The authors receive a copy of the evaluation, without identification of referees.