

AEMARK

Asociación Española de Marketing
Académico y Profesional

**PREMIO AL MEJOR ARTÍCULO PUBLICADO EN
REVISTA ESPAÑOLA DE INVESTIGACIÓN DE MARKETING – ESIC /
SPANISH JOURNAL OF MARKETING - ESIC**

(Año 2017, 7ª edición)

1. La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) convoca el Premio AEMARK al mejor artículo publicado en Spanish Journal of Marketing – ESIC/Revista Española de Investigación de Marketing –ESIC /, que se otorgará durante la celebración del XXIX Congreso de Marketing en Sevilla en septiembre de 2017.
2. El/la/los autor/a/es del Artículo de Investigación premiado recibirá/n un Diploma acreditativo y una remuneración de 1.500 €, dotados por AEMARK. Cuando haya varios autores, el reparto de esta dotación económica será responsabilidad de los mismos.
3. Optarán al Premio los Artículos de Investigación publicados entre el 1 de enero de 2015 y 31 de diciembre de 2015 en Spanish Journal of Marketing-ESIC/ Revista Española de Investigación de Marketing-ESIC/. No serán aspirantes al premio aquellos artículos en los que alguno de los autores haya sido también autor de algún artículo premiado en alguna de las tres últimas convocatorias. Por otra parte, si los autores de un artículo desean de común acuerdo que el artículo no sea considerado como candidato al premio, deben comunicarlo al editor de la Revista antes del 1 de junio de 2017 para proceder a su exclusión.
4. AEMARK hará pública la lista de Artículos de Investigación candidatos, señalando la referencia completa de los mismos (autores, título y fecha de publicación).
5. Para seleccionar el artículo merecedor del premio, se preseleccionarán de cada número publicado, los dos trabajos que hayan tenido una mayor repercusión en la literatura publicada hasta el 31 de agosto de 2017 (Web of Science, SCOPUS, Google Scholar). Posteriormente, un investigador independiente de reconocido prestigio, designado al efecto por el Consejo Editorial de la revista, seleccionará el trabajo atendiendo a los siguientes criterios: interés e implicaciones para la disciplina de marketing, originalidad e innovación, uso apropiado de la metodología y calidad de la revisión de la literatura.
6. El fallo del Premio se hará público en el XXIX Congreso de Marketing a celebrar en Sevilla en septiembre de 2017 y será inapelable.