

## Normativa del Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing – AEMARK

(Aprobada en sesión de la Junta Directiva de AEMARK de 3 de febrero de 2009)  
(Modificada en sesión de la Junta Directiva de AEMARK de 11 de febrero de 2011)

Uno de los objetivos de la AEMARK es apoyar la investigación en materia de Marketing desarrollada en España. Por ello, se ha creado el Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing – AEMARK, que pretende contribuir a este objetivo fundacional en los siguientes aspectos:

- Incentivar la investigación de calidad en materia de Marketing en España, ofreciendo un reconocimiento explícito al esfuerzo de los/las investigadores/as en este ámbito.
- Incentivar la divulgación de la investigación española en Marketing, favoreciendo que sea conocida nacional e internacionalmente y abriendo la posibilidad de nuevas iniciativas de colaboración entre investigadores/as.

Esta normativa pretende establecer las pautas para la convocatoria y concesión del Premio evitando dudas e indefiniciones en cuanto a responsabilidades y criterios. Dado el gran crecimiento y dinamismo que caracteriza la investigación académica en Marketing en España, este marco normativo podrá ser revisado y modificado por AEMARK a medida que las nuevas experiencias y contextos lo hagan conveniente.

### 1. El Premio

1.1. El premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing será convocado anualmente.

1.2. Se concederá un único premio entre los Artículos de Investigación que opten al premio.

1.3. El/la/los autor/a/es del Artículo de Investigación premiado recibirá/n un Diploma acreditativo. La Junta Directiva de AEMARK velará para que, en la medida de lo posible, el premio tenga además una dotación económica. Cuando el Artículo de Investigación premiado tenga varios autores/as, el reparto de esta dotación económica será responsabilidad de los/as mismos/as.

### 2. Los candidatos

2.1. Podrán optar al Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing todos los Artículos de Investigación en Marketing publicados entre el 1 de enero y el 31 de diciembre del año anterior a la convocatoria. Se considerará únicamente la fecha de publicación impresa, salvo que se trate de una publicación exclusivamente electrónica.

2.2. Los Artículos de Investigación propuestos para el premio deberán abordar una temática relevante para la disciplina de Marketing y deberán haber sido publicados en una revista de

marketing o de áreas afines. No se admitirán publicaciones en formato distinto al de artículo en revista (por ejemplo, libros, libros de actas, monografías, documentos de trabajo, etc.).

2.3. No podrán optar al Premio los Artículos de Investigación con algún/a autor/a premiado/a en las dos últimas convocatorias.

2.4. Al menos la mitad de los/las autores/as de cada Artículo de Investigación propuesto para el premio deberán ser socios/as de AEMARK en el momento de la solicitud.

### **3. La coordinación**

3.1. La coordinación del Premio a la Mejor Tesis Doctoral en Marketing corresponderá a la Junta Directiva de AEMARK y, particularmente, al/a Vocal de Investigación o cargo equivalente. En todo caso, quedarán excluidos/as de la coordinación los/las miembros de la Junta Directiva que participen como autores/as de alguno de los Artículos de Investigación presentados.

### **4. El procedimiento**

4.1. La Junta Directiva de AEMARK publicará las Bases del Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing y les dará difusión a través de sus comunicaciones. Las Bases se ajustarán al modelo del Anexo I.

4.2. Los/las autores/as de cada Artículo de Investigación aspirante realizarán la solicitud por vía electrónica. Comunicarán el deseo de participar en un único mensaje electrónico a la dirección de correo que se indique en las Bases de la convocatoria. El mensaje incluirá:

- (1) solicitud de participación,
- (2) referencia completa del Artículo de Investigación,
- (3) declaración de que todos los/las autores/as del trabajo están de acuerdo en la participación,
- (4) indicios de calidad del Artículo de Investigación propuesto y de la revista dónde ha sido publicado,
- y (5) copia electrónica de la publicación.

4.3. El/la Secretario/a de AEMARK recopilará la documentación presentada y hará pública la lista de Artículos de Investigación admitidos, señalando la referencia completa de los mismos (autores/as, título, revista y fecha de publicación).

4.4. La Junta Directiva de AEMARK designará un Jurado de tres miembros para la selección del Artículo de Investigación premiado. Todos/as ellos/as serán investigadores/as de reconocido prestigio y, al menos uno/a, miembro de la Junta Directiva de AEMARK. En todo caso, los/las miembros del Jurado no podrán ser autores/as, ni tener vinculación directa con ninguno de los Artículos de Investigación aspirantes al premio.

4.5. El Jurado actuará, presencial y/o no presencialmente, para seleccionar el Artículo de Investigación premiado. Para facilitar esta labor, tendrá a su disposición la documentación

presentada por los/las aspirantes. La evaluación de los Artículos de Investigación aspirantes al premio tendrá en cuenta fundamentalmente:

- El interés y contribución para la disciplina de Marketing.
- El impacto de la revista en la que han sido publicados, especialmente en el ámbito internacional. A este respecto, se tendrán en cuenta las clasificaciones de impacto habituales en el ámbito de las ciencias económicas y empresariales, como el Journal of Citation Reports (JCR) del Institute of Scientific Information (ISI); el Journal Quality List; o el Índice de Impacto de las Revistas Españolas de Ciencias Sociales (IN-RECS).

Aunque sujeto a estas directrices, el Jurado es soberano para establecer los procedimientos y criterios específicos de selección que estime oportunos en la evaluación de los Artículos de Investigación, que serán plasmados en un acta junto con el veredicto. En particular, el Jurado podrá solicitar informes de expertos/as externos/as. Los/las miembros/as del Jurado guardarán confidencialidad sobre la información manejada y las opiniones y deliberaciones individuales.

4.6. En la medida de lo posible, el fallo del Premio se hará público durante la celebración del Congreso Nacional de Marketing - AEMARK organizado en el año de la convocatoria. La Junta Directiva de AEMARK se coordinará con el Comité Organizador del Congreso para incluir el fallo del Jurado en la programación académica del evento.

4.7. La Junta Directiva de AEMARK emitirá los Diplomas acreditativos correspondientes y gestionará la entrega de las dotaciones económicas del Premio.

## **5. El calendario**

5.1. La Junta Directiva de AEMARK establecerá las fechas para las distintas fases del procedimiento dentro de los siguientes límites:

- Convocatoria del Premio (publicación y difusión de la Bases), antes del 1 de marzo.
- Envío de solicitudes para optar al Premio, antes del 1 de mayo.
- Publicación de la lista de aspirantes y designación del Jurado, antes del 1 de junio.
- Fallo del Jurado, antes del 20 de septiembre (en la medida de lo posible, durante el Congreso Nacional de Marketing - AEMARK).

## Anexo I. Modelo de Bases del Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing

### BASES DEL PREMIO AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING (Año *...(año de la convocatoria)...*, *...(número de edición)...* edición)

1. La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) convoca el Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing.
2. El/la/los autor/a/es del Artículo de Investigación premiado recibirá/n un Diploma acreditativo y una remuneración de *...(cuantía económica del Premio)...*, dotados por el amable patrocinio de *...(Entidad patrocinadora)...* Cuando haya varios autores/as, el reparto de esta dotación económica será responsabilidad de los mismos.
3. Podrán optar al Premio los Artículos de Investigación publicados entre el 1 de enero de *...(año anterior a la convocatoria)...* y 31 de diciembre de *...(año anterior a la convocatoria)...* Se considerará únicamente la fecha de publicación impresa, salvo que se trate de una publicación exclusivamente electrónica. Los Artículos de Investigación deberán abordar una temática relevante para la disciplina de Marketing y deberán haber sido publicados en una revista de marketing o de áreas afines. Al menos la mitad de los/las autores/as de cada Artículo de Investigación propuesto para el premio deberán ser socios/as de AEMARK en el momento de la solicitud. La presentación de la candidatura implica la aceptación de estas Bases.
4. El/los autores de cada Artículo de Investigación aspirante al Premio remitirán a la dirección de correo electrónico *...(correo electrónico para la recepción de solicitudes)...* un único mensaje comunicando el deseo de participar antes del *...(fecha límite en envío de solicitudes)...* El mensaje incluirá: (1) solicitud de participación; (2) referencia completa del Artículo de Investigación; (3) declaración de que todos los/las autores/as del trabajo están de acuerdo en la participación; (4) indicios de calidad del Artículo de Investigación propuesto y de la revista dónde ha sido publicado; y (5) copia electrónica de la publicación. En el asunto/título del mensaje debe figurar *...(asunto/título para identificación de solicitudes)...*
5. AEMARK hará pública la lista de Artículos de Investigación admitidos, señalando la referencia completa de los mismos (autores/as, título, revista y fecha de publicación).
6. El procedimiento para otorgar el Premio se ajustará al establecido en la Normativa del Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing de AEMARK. En particular, el veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por tres investigadores/as de reconocido prestigio. Este Jurado valorará fundamentalmente el interés y contribución para la disciplina de Marketing de los Artículos de Investigación, y el impacto de la revista en la que han sido publicados.
7. El fallo del Premio se hará público en el Congreso Nacional de Marketing - AEMARK a celebrar en *...(sede del Congreso)...* en septiembre de *...(año de la convocatoria)...* y será inapelable.

## BASES DEL PREMIO AL MEJOR ARTÍCULO DE INVESTIGACIÓN EN MARKETING (Año 2011, 4ª edición)

1. La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) convoca el Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing.
2. El/la/los autor/a/es del Artículo de Investigación premiado recibirá/n un Diploma acreditativo y una remuneración de 2000 €. Cuando haya varios autores/as, el reparto de esta dotación económica será responsabilidad de los mismos.
3. Podrán optar al Premio los Artículos de Investigación publicados entre el 1 de enero y 31 de diciembre de 2010. Se considerará únicamente la fecha de publicación impresa, salvo que se trate de una publicación exclusivamente electrónica. Los Artículos de Investigación deberán abordar una temática relevante para la disciplina de Marketing y deberán haber sido publicados en una revista de marketing o de áreas afines. Al menos la mitad de los/las autores/as de cada Artículo de Investigación propuesto para el premio deberán ser socios/as de AEMARK en el momento de la solicitud. La presentación de la candidatura implica la aceptación de estas Bases.
4. El/los autores de cada Artículo de Investigación aspirante al Premio remitirán a la dirección de correo electrónico 'ana@eco.uva.es' un único mensaje comunicando el deseo de participar antes del 1 de mayo de 2011. El mensaje incluirá: (1) solicitud de participación; (2) referencia completa del Artículo de Investigación; (3) declaración de que todos los/las autores/as del trabajo están de acuerdo en la participación; (4) indicios de calidad del Artículo de Investigación propuesto y de la revista dónde ha sido publicado; y (5) copia electrónica de la publicación. En el asunto/título del mensaje debe figurar 'Solicitud Premio AEMARK al Mejor Artículo de Investigación 2011'.
5. AEMARK hará pública la lista de Artículos de Investigación admitidos, señalando la referencia completa de los mismos (autores/as, título, revista y fecha de publicación).
6. El procedimiento para otorgar el Premio se ajustará al establecido en la Normativa del Premio al Mejor Artículo de Investigación en Marketing de AEMARK. En particular, el veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por tres investigadores/as de reconocido prestigio. Este Jurado valorará fundamentalmente el interés y contribución para la disciplina de Marketing de los Artículos de Investigación, y el impacto de la revista en la que han sido publicados.
7. El fallo del Premio se hará público en el XXII Congreso Nacional de Marketing - AEMARK a celebrar en Castellón en septiembre de 2011 y será inapelable.