

Normativa del Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC

Mayo de 2009

1. Objetivo del premio

El apoyo a la investigación en materia de Marketing constituye uno de los principales objetivos de la asociación AEMARK. Entre las actuaciones desarrolladas al respecto por esta asociación se encuentra la creación del Premio AEMARK a la mejor investigación. Sin embargo, se considera conveniente complementar la existencia de este premio con un premio dirigido expresamente al ámbito de artículos publicados en España y, más concretamente, al ámbito de los artículos publicados en la revista REIM-ESIC. De esta forma se pretende dar un impulso a la revista vinculada a la asociación, incentivando la presentación de originales de calidad y ofreciendo un reconocimiento explícito a los autores de algunos de los artículos más relevantes. Así pues, con la creación de este premio AEMARK pretende dar un paso adelante en este campo persiguiendo la consecución de los siguientes objetivos:

- Incentivar en España la investigación de calidad en materia de Marketing.
- Incentivar la presentación de investigaciones de calidad como artículos a evaluar para su publicación en REIM-ESIC.
- Contribuir a los propósitos fundacionales de AEMARK.

2. Los candidatos

2.1. Optarán al Premio la Mejor Artículo de Investigación en Marketing todos los Artículos de Investigación en Marketing publicados en los dos números de la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC del año anterior a la convocatoria; con la salvedad de que no podrán optar al Premio aquellos artículos con algún autor premiado en las tres últimas convocatorias. La publicación de los artículos en la mencionada revista ya los habilita como candidatos al premio, sin necesidad de que los autores presenten solicitud formal alguna. Si los autores de un artículo desean de común acuerdo que el artículo no sea considerado como candidato al premio deben comunicarlo al Vocal de Investigación de AEMARK antes del 30 de junio del año de la convocatoria para proceder a su exclusión.

3. La coordinación

3.1. La coordinación del Premio corresponderá al Vocal de Investigación de la Junta Directiva de AEMARK. En todo caso, quedarán excluidos de la coordinación los miembros de la Junta Directiva que participen como autores 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 publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC y les dará difusión a través de sus comunicaciones. Las Bases se ajustarán al modelo del Anexo I.

4.2. Como Jurado del premio participarán los miembros del Consejo Editor de la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC. En todo caso, serán excluidos del jurado aquellos miembros del Consejo que sean autores de alguno de los Artículos de Investigación aspirantes al premio.

4.3. El Jurado actuará, presencial y/o no presencialmente, para seleccionar el Artículo de Investigación premiado. La evaluación de los Artículos de Investigación aspirantes al premio tendrá en cuenta fundamentalmente el interés y contribución para la disciplina de Marketing. Los artículos finalmente aspirantes al premio serán evaluados por cada miembro del Jurado en función de una escala de ítems como la expuesta en el Anexo II de la presente convocatoria.

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 externos. Los miembros del Jurado guardarán confidencialidad sobre la información manejada y las opiniones y deliberaciones individuales.

4.4. Se concederá un único premio entre los artículos de investigación candidatos al mismo.

4.5. En la medida de lo posible, el fallo del Premio se hará público durante la celebración del Congreso Nacional de Marketing organizado en el año de la convocatoria.

4.6. 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 31 de mayo.
- Publicación de la lista de aspirantes y designación del Jurado, antes del 31 de julio.
- Fallo del Jurado, antes del 15 de septiembre (debe estar listo para el Congreso Nacional de Marketing).

Anexo I

Bases del Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC (Año ...*(año de la convocatoria)*..., ...*(número de edición)*... edición)

1. La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) convoca el *Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC*, que se otorgará durante la celebración del Congreso Nacional de Marketing en ...*(sede del Congreso)*... en septiembre de ...*(año de la convocatoria)*....
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)*... euros, 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 ...*(año anterior a la convocatoria)*... y 31 de diciembre de ...*(año anterior a la convocatoria)*... en la *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 la 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 Vocal de Investigación de AEMARK antes del 31 de julio de ...*(año de la convocatoria)*... 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. El procedimiento para otorgar el Premio se ajustará al establecido en la Normativa del *Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC*. En particular, el veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por el Consejo Editor de la *Revista Española de Investigación de Marketing – ESIC*. Este Jurado valorará fundamentalmente el interés y contribución para la disciplina de Marketing de los Artículos de Investigación.
6. El fallo del Premio se hará público en el Congreso Nacional de Marketing a celebrar en ...*(sede del Congreso)*... en septiembre de ...*(año de la convocatoria)*... y será inapelable.

Anexo II PLANTILLA DE EVALUACIÓN DE LOS ARTÍCULOS

DATOS DEL ARTÍCULO

TÍTULO:
AUTOR/ES:

EVALUACIÓN

CRITERIO	VALORACIÓN (*)
1. Interés, novedad y oportunidad del tema	
2. Calidad en la revisión de la literatura y en la argumentación de las hipótesis de investigación	
3. Novedad y originalidad del enfoque y de las hipótesis propuestas	
4. Claridad, rigor y coherencia de la metodología empleada	
5. Adecuación del análisis cuantitativo/cualitativo a los objetivos	
6. Claridad y rigurosidad en la interpretación de los resultados	
7. Aportaciones académicas	
8. Utilidad social e los resultados del trabajo; aportaciones sociales o empresariales	
VALORACIÓN GLOBAL	

(*) Valoración de 1 (valoración mínima) a 10 (valoración máxima).

Por favor, justifique su valoración del artículo señalando las aportaciones destacables, las posibles deficiencias, y cualquier información que pudiera ser útil para la decisión final del Jurado:

Puntos fuertes:

Puntos débiles:

Bases del Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing – ESIC (Año 2011; 3ª edición)

1. La Asociación Española de Marketing Académico y Profesional (AEMARK) convoca el Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC, que se otorgará durante la celebración del Congreso Nacional de Marketing en Castellón en septiembre de 2011.
2. El/la/los autor/a/es del Artículo de Investigación premiado recibirá/n un Diploma acreditativo y una remuneración de 2000 euros, 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 2010 y 31 de diciembre de 2010 en la 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 la 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 Vocal de Investigación de AEMARK antes del 31 de julio de 2011 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. El procedimiento para otorgar el Premio se ajustará al establecido en la Normativa del Premio AEMARK al mejor artículo publicado en la Revista Española de Investigación de Marketing - ESIC. En particular, el veredicto corresponderá a un Jurado designado al efecto, integrado por el Consejo Editor de la Revista Española de Investigación de Marketing – ESIC. Este Jurado valorará fundamentalmente el interés y contribución para la disciplina de Marketing de los Artículos de Investigación.
6. El fallo del Premio se hará público en el Congreso Nacional de Marketing a celebrar en Castellón en septiembre de 2011 y será inapelable.