

## 「마케팅논집」 투고 요령

1. 투고자는 원고를 편집위원회에서 제공된 밑판작업을 하여 홈페이지 논문 투고란을 이용해 본학회 편집위원회로 제출한다.
2. 투고자는 우선적으로 (사)한국전략마케팅학회의 회원(매년 연회비(3만원) 사무국으로 입금 시 자격 유지)이어야 한다.
3. 논문의 투고시 소정의 심사료(10만원)를 입금하여야 한다.
4. 원고는 국문 또는 영문을 원칙으로 한다. 필요한 경우 한문을 병행하여 사용하여도 무방하다.
5. 원고는 한글워드프로세서를 이용하여 작성하고, 편집양식은 글자체 신명조, 장평 100, 자간 0, 위, 아래 여백 각각 20, 좌, 우 여백 각각 30, 머리말 및 꼬리말 각각 25, 줄간격 160, 제목 크기 18, 본문글자 크기 10 으로 한다.
6. 원고분량은 본문과 부록을 포함하며 A4용지 20페이지 내외로 한다. 원고의 표지에는 논문제목(국문 및 영문), 저자 성명 및 소속기관(국문 및 영문), 직위, 연락처(주소, e-mail, 전화번호)를 기재하고 원고 매수를 표시한다. 저자가 2명 이상일 경우에는 편집위원회에서 교신할 저자를 구체적으로 명시한다.
7. 표지 다음 페이지에는 상단에 국문 제목을 기재하고 국문초록(500자 내외)을 작성한다. 국문초록 다음에는 주제어를 기입한다. 심사의 공정성을 기하기 위해 논문 본문에는 저자와 관련된 어떠한 사항도 포함되지 않아야 한다.
8. 장, 절의 표시는 아래와 같이 한다.

### I.

#### 1.

##### 1.1.

##### 1.1.1.

9. 학술용어는 국문으로 쓰는 것을 원칙으로 하나 번역이 곤란한 경우에 한해 영문으로 쓸 수 있으며, 번역된 용어의 이해를 돕기 위하여 영문을 괄호 안에 넣어 덧붙일 수 있다.
10. 모든 표 및 그림은 백지에 선명하게 그리고 해당번호(예: <표 1>, [그림 1])와 제목 또는 설명을 붙여야 한다.
11. 각주(footnotes)는 될 수 있는 대로 줄이되 꼭 필요한 경우에 한해서만 작성하도록 하고, 각주를 참고문헌을 표시하려는 목적으로 사용해서는 안된다.
12. 본문 중 문헌인용의 표시는 참고문헌의 저자명과 연도를 괄호 속에 표시하며, 특정부분을 인용한 경우에는 페이지를 함께 기재한다.  
(예) (Aaker, 2009)(권기대 등, 2010; Dwyer et al., 1987)
13. 참고문헌은 논문 본문의 마지막에 페이지를 달리하여 작성한다. 참고문헌의 목록과 본문에서 인용된 문헌은 반드시 일치해야 한다.
14. 참고문헌 작성의 순서는 국내문헌, 외국문헌 순으로 하며, 국내문헌은 가나다 순으로 외국문헌은 첫 번째 저자 Family name의 알파벳 순으로 한다.
15. 참고문헌의 작성은 다음과 같다. 정기간행물은 저자명, 출판연도, 제목, 간행물명(이탤릭체로

표기), 권(호), 페이지 순으로 기재한다. 비정기간행물은 저자명, 출판연도, 도서명(이탤릭체로 표기), 출판회수(2판 이상), 권(2권 이상), 출판지, 출판사 순으로 기재한다. 웹사이트는 웹사이트 세부 주소까지 기재한다.

(예) 국내문헌(정기간행물)

안가경, 김신애 (2015), "위성방송가입자의 확산적 및 특별대우 관계편익이 관계신뢰와 구전효과에 미치는 영향", *마케팅논집*, 23(1), 1-24.

(예) 국외문헌(정기간행물)

Anderson, C. James and James A. Narus (1990), "A Model of Distributor Firm and Manufacturer Firm Working Partnerships," *Journal of Marketing*, 54(1), 42-58.

Dwyer, F. Robert, Paul H. Schurr and Sejo Oh (1987), "Developing Buyer-Seller Relationships", *Journal of Marketing*, 51(2), 11-27.

Ganesan, Shankar (1994), "Determinants of Long-term Orientation in Buyer-Seller Relationships," *Journal of Marketing* 58(1), 1-19.

(예) 비정기간행물

권기대, 김신애 (2016), *마케팅전략: 브랜드의 응용*, 서울: 박영사.

Aaker, A. David (1991), *Managing Brand Equity: Capitalizing on The Value of a Brand Name*, New York: The Free Press

Nunnally, C. Jum & Ira H. Bernstein (1994), *Psychometric Theory*, (3rd ed.), New York: McGraw-Hill.

Peter, J. Paul and Jerry C. Olson (1987), *Customer Behavior: Marketing Strategy Perspectives*, IL: Irwin, Burr Ridge.

(예) 기타

Zeithaml, Z. Valarie and Mary J. Bitner (1996), *Service Marketing*, New York: McGraw-Hill.

[www.semas.or.kr](http://www.semas.or.kr) 소상공인시장진흥공단

[www.suyumarket.com](http://www.suyumarket.com) 수유시장

16. 영문초록은 참고문헌의 다음에 페이지를 달리하여 작성한다. 영문초록의 분량은 한 페이지를 초과하지 않아야 한다. 그리고 영문초록의 하단에는 Key Word를 기재한다.
17. 투고된 원고는 반환하지 아니한다.
18. 다만, 「마케팅논집」의 논문 게재료는 페이지 당 12,000원(20페이지까지), 20페이지 초과분은 페이지 당 30,000원입니다. 최종논문 편집완료 후 논문 게재료를 안내하도록 한다.

[마케팅논집 심사평가표]

심사위원A	심사위원B	심사위원C	심사결과
게재	게재	게재	게재
게재	게재	수정	
게재	게재	재심사	
게재	게재	게재불가	
게재	수정	수정	수정 후 게재
게재	수정	재심사	
수정	수정	수정	
수정	수정	재심사	
게재	수정	게재불가	
수정	수정	게재불가	수정 후 재심사
게재	재심사	재심사	
게재	재심사	게재불가	
수정	재심사	재심사	
재심사	재심사	재심사	
게재	게재불가	게재불가	게재불가
수정	재심사	게재불가	
수정	게재불가	게재불가	
재심사	재심사	게재불가	
재심사	게재불가	게재불가	
게재불가	게재불가	게재불가	