



DE LA REVISTA EN GENERAL

1. La Revista Española de Investigación de Marketing ESIC (en adelante REIM) se crea en 1996 con el objetivo de contribuir al desarrollo científico del área de Comercialización e Investigación de Mercados y convertirse en una revista de referencia en la investigación sobre esta materia.
2. Actualmente REIM es copropiedad al 50% de ESIC (Escuela Superior de Gestión Comercial y Marketing) y AEMARK (Asociación Española de Marketing Académico y Profesional).
3. REIM publica trabajos de investigación originales centrados en cualquiera de las áreas de estudio académicamente relevantes para la disciplina de marketing.
4. REIM somete a los trabajos que recibe a un proceso anónimo y riguroso de revisión cuya finalidad es mejorar su calidad.

ÓRGANOS DE FUNCIONAMIENTO

5. Los órganos de dirección de la Revista son el Consejo Editorial, cuyas funciones son esencialmente ejecutivas, y el Comité Científico, que actuará como garante de la calidad de las publicaciones y como órgano asesor en cuantas cuestiones se le trasladen.

El Consejo Editorial

6. El Consejo Editorial es el máximo órgano ejecutivo de la Revista. Como tal, fija los criterios generales de actuación y organización y resuelve las cuestiones y conflictos que puedan surgir en su aplicación.
7. El Consejo Editorial estará presidido (Presidencia de Honor) por el Director General de ESIC.
8. Además del Presidente, tal comité estará integrado por el Editor, el Editor precedente, el Presidente de AEMARK, un miembro de ESIC y hasta un máximo de tres Editores Asociados.

9. El Consejo Editorial se reunirá al menos una vez al año con ocasión de la celebración del Congreso Nacional de Marketing AEMARK.

El Editor

10. El Editor será el responsable de que se cumplan los objetivos de la Revista y de dar continuidad a la misma. En particular, se encargará de coordinar y dirigir su actividad, convocar y presidir el Consejo Editorial y representar a la Revista ante terceros.
11. El Editor será nombrado por un período de cuatro años (no renovables por otro período).
12. La Comisión encargada de su elección estará formada por el Editor saliente, el Presidente de AEMARK, un miembro de ESIC y un representante del Comité Científico miembro de AEMARK. Los candidatos propuestos para editor deben ser investigadores de reconocido prestigio de AEMARK y acreditar un número mínimo de tres sexenios (el último de ellos vivo) –o equivalente para investigadores de universidades extranjeras.
13. El candidato elegido será aquel que encuentre mayor respaldo. En todo caso, se necesitará que sea votado por la mayoría de los miembros de la Comisión.
14. El proceso de renovación lo iniciará el Editor con el tiempo suficiente para que el relevo se produzca en la fecha estipulada.

Los Editores Asociados

15. Los Editores Asociados serán nombrados por el Consejo Editorial a propuesta del Editor. Este nombramiento recaerá en socios de AEMARK que acrediten un mínimo de dos sexenios (o equivalente para investigadores de universidades extranjeras) –el último de ellos vivo– y estará vigente durante el tiempo en el que se mantenga como Editor aquél que les ha propuesto.
16. El nombramiento de un nuevo Editor llevará implícita la renovación (o confirmación, si así lo propone el nuevo Editor) de los Editores Asociados.
17. Los Editores Asociados se renovarán cada dos años, por un tiempo máximo de cuatro años. Cumplir este período no les inhabilita para ser Editores.

El Comité Científico

18. El Comité Científico tiene como función garantizar la calidad científica de la Revista y asesorar al Consejo Editorial en cuantas cuestiones se demanden.
19. Estará formado por destacados investigadores nacionales e internacionales en el campo del Marketing, hasta un máximo de veinticinco. En todo caso formarán parte de este Comité los Editores precedentes de REIM.
20. El nombramiento de un nuevo miembro se hará a petición de la mayoría de los integrantes del Comité Científico miembros de AEMARK, vigilando, al menos en los primeros años, que no se produzcan problemas de endogamia.

DISPOSICIONES FINALES

21. La aprobación de estas normas exigirá una mayoría de dos tercios del actual Consejo Editor y deberá ser ratificada por la Asamblea General de AEMARK.
22. La modificación de estas normas requiere de una mayoría de dos tercios del Consejo Editorial y de la Junta Directiva de AEMARK.

DISPOSICIONES TRANSITORIAS

23. La renovación del Consejo Editorial se realizará conforme a estas normas en la próxima reunión prevista para septiembre de 2013.
24. En septiembre de 2015 se renovará el Editor actual y los Editores asociados nombrados en septiembre de 2013.

Estas normas fueron aprobadas el día 29/04/2013. Están pendientes de ratificación por la Asamblea General de AEMARK.