

انواع روش‌های ارائه مقاله در کنفرانس

در سومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی، مقالات به صورت پژوهشی، مروری، مطالعات موردی، ارائه تجارب، پانل‌ها، مشاهدات، انواع روش‌های کمی و کیفی و ... قابل ارائه بوده و به دو شکل الف: ارائه (شامل شفاهی و مجازی) و ب: پوستر پرنزنت خواهند شد. بر این اساس توضیحاتی در ادامه مطلب در رابطه با تفاوت این دو روش ارائه و نحوه تنظیم فایل نهایی مقالات در کنفرانس ارائه شده است:

۱- **ارائه شفاهی:** شامل مقالات برتر و مرتبط با رسالت‌های اصلی کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی می‌باشد، که توسط داوران به لحاظ محتوا، روش‌ها و نوآوری حائز رتبه برتر و شفاهی شده است. این مقالات بایستی ضرورتاً در روز و محل برگزاری کنفرانس، طبق زمان تعیین شده بصورت سخنرانی توسط نویسندگان ارائه شوند. گواهی صادرشده برای نویسندگان مقالات شفاهی، از نوع «ارائه» خواهد بود.

۲- **ارائه مجازی:** این مقالات نیز حائز رتبه سخنرانی شده اند اما به واسطه ظرفیت محدود کنفرانس و نظر هیأت داوران، بصورت مجازی ارائه می‌شوند (با حضور در کنفرانس یا بدون حضور)، اما گواهی دریافتی این مقالات مانند مقالات شفاهی از نوع «ارائه» خواهد بود و تفاوتی با گواهی مقالات شفاهی نخواهد داشت. این نوع ارائه از طریق سیستم‌های نصب‌شده در محل کنفرانس و همچنین از طریق پنل کاربری اعضا ارائه خواهد شد.

۳- **ارائه پوستر:** این مقالات نیز با توجه به موضوع، ساختار مقاله و نظر هیأت داوران، پذیرفته و نوع ارائه آن به شکل «پوستر» تعیین شده است. در گواهی این مقالات به «پوستر» اشاره خواهد شد. پوسترها می‌بایست طبق فرمت تهیه شوند. در زمان برگزاری کنفرانس پوسترها در محل سالن‌های جنبی کنفرانس برای شرکت‌کنندگان به نمایش درخواهند آمد. چکیده تمامی مقالات شفاهی، مجازی و پوستر در CD کنفرانس درج شده و در پکیج کنفرانس به شرکت‌کنندگان ارائه می‌گردد.