

UNIVERSIDADE FEDERAL DE SANTA CATARINA

CURSO DE GRADUAÇÃO EM CIENCIA DA INFORMAÇÃO

BERNARDO KERSTEN CARVALHO

REVISTA MARETING DIGITAL

Florianópolis, 2019

BERNARDO KERSTEN CARVALHO

REVISTA MARKETING DIGITAL

Projeto da revista
apresentado na disciplina
CIN7402 Editoração
Científica ministrada no
curso de Ciência da
informação da UFSC.
Professora Dra. Eng.
Ursula Blattmann.

Florianópolis, 2019

Sumário

1. APRESENTAÇÃO	4
2. DETALHES DA REVISTA	5
3. POLÍTICA	6
3.1 FOCO E ESCOPO	6
3.2 PROCESSO DE AVALIAÇÃO POR PARES	6
3.3 PERIODICIDADE	6
3.4 POLÍTICA DE ACESSO LIVRE	6
3.5 INDEXADA EM	7
3.6 FATOR DE IMPACTO	7
4. CONTATOS E EQUIPE DE TRABALHO	8
4.1 CONTATO PRINCIPAL	8
4.2 CONTATO DE SUPORTE TECNICO	8
4.3 EQUIPE EDITORIAL	8
5. SUBMISSÕES	9
5.1 SUBMISSÕES ONLINE	9
5.2 DIRETRIZES PARA AUTORES	9
6. INFORMAÇÕES ADICIONAIS	14
6.1 PATROCINIO DA REVISTA	14
6.2 HISTORICO DO PERIODO	14
6.3 SOBRE O SISTEMA DE PUBLICAÇÃO	14
7. REFERENCIAS	16

1. APRESENTAÇÃO

A Revista Marketing Digital foi criada em 2019 para a matéria de Editoração científica da universidade de Santa Catarina. Ela tem como seu principal objetivo deixar seus leitores informados e por dentro das maiores novidades sobre o assunto, trazendo publicação de artigos, notícias, e assim fazendo com que os seus leitores cresçam e consigam sucesso nessa difícil jornada

2. DETALHES DA REVISTA

ISSN 1234-5678

A área de conhecimento segundo a tabela do CNPQ é 6.09.04.00-3
Relações Públicas e Propaganda 6.09.05.00-0 Comunicação Visual

3. POLÍTICA

3.1 FOCO E ESCOPO

A **Revista Marketing Digital** é um periódico científico eletrônico que tem como sua missão estar sempre a parte das melhores e mais inovadoras estratégias de Marketing digital disseminando assim informação de qualidade e sempre contribuindo para a evolução de seus leitores.

3.2 PROCESSO DE AVALIAÇÃO POR PARES

A **Revista Marketing Digital** adota em seu processo editorial a avaliação cega de pares. Os originais de artigos e ensaios submetidos a revista são encaminhados para a apreciação de 3 avaliadores integrantes do **Conselho consultivo**, da **Comissão editorial** ou para os demais avaliadores. As resenhas submetidas ao editor são encaminhadas à apreciação de dois avaliadores. Neste processo, os originais são lidos inicialmente pelo editor e se considerar estarem de acordo com a política editorial geral, os remetera para os avaliadores.

3.3 PERIODICIDADE

A **Revista Marketing Digital** é publicada de forma semestral ocorrendo a primeira publicação anual no mês de Janeiro e um sua segunda publicação no mês de Junho

3.4 POLÍTICA DE ACESSO LIVRE

Esta revista oferece acesso livre imediato ao seu conteúdo, seguindo o princípio de que disponibilizar gratuitamente o conhecimento científico ao público proporciona maior democratização mundial do conhecimento.

3.5 INDEXADA EM

SciELO, Biblioteca Universitária UFSC, UFSC, Brapci

3.6 FATOR DE IMPACTO

Portal de periódicos da CAPES, Web of Science,

4. CONTATOS E EQUIPE DE TRABALHO

Contato com a equipe que participou da elaboração e confecção da revista

4.1 CONTATO PRINCIPAL

BERNARDO KERSTEN CARVALHO

ESTUDANTE DE CIENCIA DA INFORMAÇÃO DA UFSC

UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

bernardokersten@gmail.com

4.2 CONTATO DE SUPORTE TECNICO

BERNARDO KERSTEN CARVALHO

ESTUDANTE DE CIENCIA DA INFORMAÇÃO DA UFSC

UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

bernardokersten@gmail.com

4.3 EQUIPE EDITORIAL

BERNARDO KERSTEN CARVALHO (EDITOR, CALPISTA, AVALIADOR,
REVISOR DE METADADOS)

ESTUDANTE DE CIENCIA DA INFORMAÇÃO DA UFSC

UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

bernardokersten@gmail.com

LEANDRO PERREIRA

ESTUDANTE DE CIENCIA DA INFORMAÇÃO DA UFSC

UNIVERSIDADE DE SANTA CATARINA

leandroperreira@gmail.com

5. SUBMISSÕES

As submissões na revista precisam obrigatoriamente seguir os pontos abaixo

5.1 SUBMISSÕES ONLINE

O cadastro no sistema e posterior acesso, por meio de login e senha, são obrigatórios para a submissão de trabalhos, bem como para acompanhar o processo editorial em curso.

5.2 DIRETRIZES PARA AUTORES

Aspectos Gerais

- A Revista Marketing Digital publica artigos sobre Ciência da Informação e áreas correlatas resultantes de pesquisas científicas, ensaios de caráter teórico fundamentados em revisão de literatura e estudos de caso. Todos eles, preferencialmente, com pelo menos um dos autores com título de doutor.
- Os trabalhos devem ser originais e inéditos, e apresentar uma contribuição para a comunidade científica.
- Não são aceitos artigos já apresentados em outros periódicos ou na íntegra a eventos científicos. Apenas serão aceitas aquelas comunicações não apresentadas na íntegra, como os “short papers” ou resumos, sempre que os trabalhos sejam reelaborados, ampliados e que as modificações sejam significativas pois entende-se que este último texto será inédito em relação ao primeiro, assim passível de ser aceito para avaliação.
- Os textos poderão ser apresentados em língua portuguesa, espanhola, inglesa ou francesa.
- Os trabalhos submetidos na Revista Marketing Digital não poderão ser/estar submetidos em nenhuma outra revista durante o processo editorial.
- O tempo médio de resposta desde a aceitação do original até a confirmação de publicação é de aproximadamente 120 dias.

Citações e referências

- Devem ser feitas com base nas normas da Associação Brasileira de Normas Técnicas – ABNT. As citações devem ser feitas utilizando o sistema autor/data com base na NBR 10520/2002 e as referências devem utilizar a NBR 6023/2018.

Formatação e extensão

- Os autores devem submeter o artigo, ensaio ou estudo de caso na formatação indicada no respectivo *template*, com o mínimo de 8 páginas e um máximo de 20 páginas.
 - Os arquivos devem ter o formato Doc, Docx, Open Office ou RTF.
- Certifique-se que o documento não tenha nenhum comentário ou dado que possa identificar aos autores no manuscrito.

Templates

- Clique no tipo de trabalho que pretende submeter na Revista Marketing Digital para fazer o *download* do respectivo *template*:
- Artigo
- Ensaio
- Estudo de Caso

Notas da Obra

- A Revista Marketing Digital adota o *template* de Notas da Obra com todos os dados de autoria e informações pertinentes ao manuscrito. É obrigatório a submissão desse *template* como documento suplementar.

Metadados no sistema de submissão

- Os autores devem preencher os metadados no sistema da revista zelando pela completude dos dados de todos os autores, incluindo o ORCID.

5.3 CONDIÇÕES PARA SUBMISSÃO

Como parte do processo de submissão, os autores são obrigados a verificar a conformidade da submissão em relação a todos os itens listados a seguir. As submissões que não estiverem de acordo com as normas serão devolvidas aos autores.

1. A contribuição é original e inédita, e não está sendo avaliada para publicação por outra revista; caso contrário, deve-se justificar em "Comentários ao editor".
2. O arquivo da submissão está em formato Microsoft Word, OpenOffice ou RTF.
3. URLs para as referências foram informadas quando possível.
4. O texto está em espaço simples; usa uma fonte de 12-pontos; emprega itálico em vez de sublinhado (exceto em endereços URL); as figuras e tabelas estão inseridas no texto, não no final do documento na forma de anexos.
5. O texto segue os padrões de estilo e requisitos bibliográficos descritos em Diretrizes para Autores, na página Sobre a Revista.
6. Em caso de submissão a uma seção com avaliação pelos pares (ex.: artigos), as instruções disponíveis em Assegurando a avaliação pelos pares cega foram seguidas

5.4 DECLARAÇÃO DE DIREITO AUTORAL

O autor deve garantir:

- que haja um consenso completo de todos os coautores em aprovar a versão final do documento e sua submissão para publicação.
- que seu trabalho é original, e se o trabalho e/ou palavras de outras pessoas foram utilizados, estas foram devidamente reconhecidas.

Plágio em todas as suas formas constituem um comportamento antiético de publicação e é inaceitável. Revista Marketing Digital reserva-se o direito de usar software ou quaisquer outros métodos de detecção de plágio.

Todas as submissões recebidas para avaliação na revista Marketing Digital: revista eletrônica de biblioteconomia e ciência da informação passam por identificação de plágio e autoplágio. Plágios identificados em manuscritos durante o processo de avaliação acarretarão no arquivamento da submissão. No caso de identificação de plágio em um manuscrito publicado na revista, o Editor Chefe conduzirá uma investigação preliminar e, caso necessário, fará a retratação.

Esta revista, seguindo as recomendações do movimento de Acesso Aberto, proporciona seu conteúdo em Full Open Access. Assim os autores conservam todos seus direitos permitindo que a Revista Marketing Digital possa publicar seus artigos e disponibilizar pra toda a comunidade.

Os conteúdos de Revista Marketing Digital estão licenciados sob uma Licença Creative Commons 4.0 by.



Qualquer usuário tem direito de:

- Compartilhar — copiar, baixar, imprimir ou redistribuir o material em qualquer suporte ou formato
- Adaptar — remixar, transformar, e criar a partir do material para qualquer fim, mesmo que comercial.

De acordo com os seguintes termos:

- Atribuição — Você deve dar o crédito apropriado, prover um link para a licença e indicar se mudanças foram feitas. Você deve fazê-lo em qualquer circunstância razoável, mas de maneira alguma que sugira ao licenciante a apoiar você ou o seu uso.
- Sem restrições adicionais — Você não pode aplicar termos jurídicos ou medidas de caráter tecnológico que restrinjam legalmente outros de fazerem algo que a licença permita.

5.5 POLÍTICA DE PRIVACIDADE

Os nomes e endereços informados nesta revista serão usados exclusivamente para os serviços prestados por esta publicação, não sendo disponibilizados para outras finalidades ou a terceiros.

6. INFORMAÇÕES ADICIONAIS

CAPA conforme ABNT NBR 6021:2016

5.5.1 Capa Indica-se o ano civil em algarismos arábicos na primeira capa.

5.5.1.1 Indica-se o mês, se houver, por extenso. Meses extremos devem ser ligados por uma barra oblíqua. EXEMPLO v. 2 n. 1 janeiro/março 2014

5.5.1.2 Em periodicidade inferior à mensal, deve constar a data completa. EXEMPLO v. 1 n. 1 16 setembro 2013



6.1 PATROCINIO DA REVISTA

Está revista foi patrocinada pela Universidade Federal de Santa Catarina

6.2 HISTORICO DO PERIODO

Criada durante a disciplina de Editoração Científica 2019.2, do curso de Graduação em Ciência da Informação na Universidade Federal de Santa Catarina.

6.3 SOBRE O SISTEMA DE PUBLICAÇÃO

A revista usa o Open Journal Systems (OJS 2.4.7.1), sistema de código livre gratuito para a administração e a publicação de revistas, desenvolvido com suporte e distribuição pelo Public Knowledge Project sob a licença GNU General Public License

6.4 ESTIMATIVAS DE CUSTOS

FUNÇÃO	CUSTOS
Equipe Editorial	2.800,00
Revisor	1.200,00
Bolsista	1000,00
Equipamentos	4.000,00
Softwares e Sistemas	4.500,00
Total:	13.500,00

7. REFERENCIAS

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR 6023:** Informação e Documentação – Referências – Elaboração. Rio de Janeiro, 2018.

ASSOCIAÇÃO BRASILEIRA DE NORMAS TÉCNICAS (ABNT). **NBR 10520:** Informação e Documentação – Citação em documentos - Apresentação. Rio de Janeiro, 2002.

BLATTMANN, Ursula. **Editoração científica.** Disponível em: <http://editora.wikidot.com/> . Acesso em: 12 novembro. 2019

BLATTMANN, Ursula. Oficinas sobre o **OJS/SEER.** Disponível em: <http://oficinaseer.wikidot.com/editor> . Acesso em: 30 maio 2019.