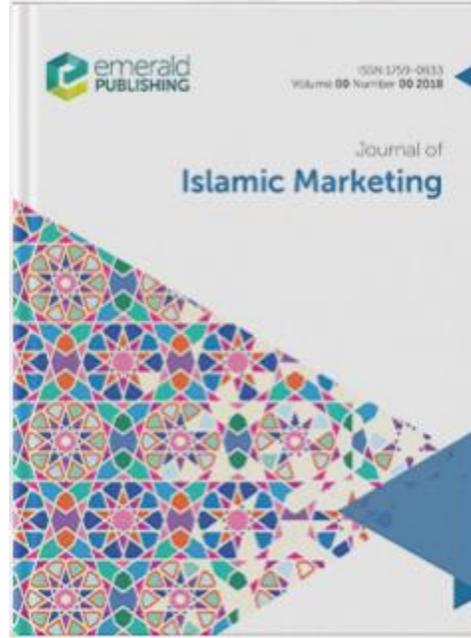


“JOURNAL of ISLAMIC MARKETING”



Journal Marketing of Islamic (JIMA) müsəlmanların çoxluq və azlıq təşkil etdiyi coğrafi regionlarda marketinqin islamlı nəzəri və praktiki əlaqəsini araşdıran jurnaldır. Böyük Britaniyanın nəşri olan jurnalın tədqiqat sahəsi biznes, menecment, marketinq və mühasibat uçotudur. SIR reyting sıralamasında impakt faktoru (SJR) 0.37, Q3 kvartilli, ISSN nömrələri 17590833, 17590841 olan beynəlxalq akademik jurnalda marketinq tədqiqat sahəsinə əsas üstünlük verilir. Jurnal British Library; Emerging Sources Citation Index (Clarivate Analytics); ReadCube Discover; Australian Business Deans Council (ABDC) Journal Quality List - B ranking; Scopus indeksləşir. Jurnalın linki:

https://www.emeraldgrouppublishing.com/journal/jima?_ga=2.18270009.1862534707.1610969004-2025017645.1610717839

Müəllif <https://mc.manuscriptcentral.com/jima> linkinə daxil olaraq qeydiyyatdan keçə və məqalənin təqdim olunma şərtlərinə uyğun hazırlanmış elmi nəşrini bu jurnalda dərc etdirə bilər.

Azərbaycan Dövlət İqtisad Universiteti (UNEC) əməkdaşının məqaləsi “Journal Marketing of Islamic (JIMA)” jurnalının Cild 12, №1 sayında nəşr olunmuşdur. (<https://www.emerald.com/insight/content/doi/10.1108/JIMA-02-2020-0047/full/html>)

Əlavə məlumat almaq üçün <https://www.emeraldgrouppublishing.com/about/contact-us> linkinə müraciət edə bilərsiniz.

