

WEB OF SCIENCE (WOS)



¿Qué es WOS? La Web Of Science (WOS) es una plataforma basada en tecnología Web que recoge las principales publicaciones científicas de cualquier disciplina del conocimiento. Conocida como Web of Knowledge –WOK- En enero de 2014 pasa a llamarse Web Of Science (WOS)

¿Qué contiene la WOS?

1. Productos de Citas y Actualización:

Web of Science: Base de datos de referencias bibliográficas de artículos de revistas, que ofrece el acceso a información de resúmenes de autor e índices de citas de publicaciones internacionales en los campos de las ciencias, ciencias sociales, artes y humanidades.

Bases de datos de la Web of Science:

-**Science Citation Index Expanded** desde 1900, ofrece acceso a información bibliográfica y referencias citadas en el campo de las ciencias

-**Social Sciences Citation Index** desde 1956, información bibliográfica y referencias citadas en el campo de las ciencias sociales

-**Arts and Humanities Citation Index** desde 1975, información bibliográfica y referencias citadas en el campo de las letras y las artes

-**SciELO:** “Scientific Electronic Library Online” o Biblioteca Científica Electrónica en Línea: Contiene revistas científicas, desarrollado para responder a las necesidades de la comunicación científica en los países en desarrollo y particularmente de América Latina y el Caribe.

2. Productos para Análisis y Evaluación:

Journal Citation Reports: Presenta datos estadísticos de citas desde 1997 en adelante, que proporcionan una manera sistemática y objetiva de determinar la importancia relativa de las revistas dentro de sus categorías temáticas (factor de impacto de las revistas). Se presenta en edición de ciencias y edición de ciencias sociales.

Essential Science Indicators: Recurso web que permite a los investigadores realizar análisis cuantitativos continuados del rendimiento de la investigación y hacer un seguimiento de las tendencias del campo de las ciencias. Dado que cubre una selección multidisciplinaria de 8.500 publicaciones de todo el mundo, esta herramienta analítica y exhaustiva ofrece datos para clasificar a autores, instituciones, naciones y publicaciones.

3. Endnote: Gestor de referencias bibliográficas.



Accedemos a la web, a través del catálogo Jábega de la Universidad de Málaga:

Biblioteca

Palabra clave | Título | Autor | Materia | Colección | ISBN/ISSN

Introduzca la palabra o combinación de palabras que desee buscar y pulse «Retorno» o Enviar.

Web of science | Ordenado por: | Enviar

Catálogo de publicaciones electrónicas

Otras búsquedas:
▶ Búsqueda asistida
▶ Autor/Título
▶ Fondo Antiguo
▶ Bibliografía recomendada
▶ Listados de revistas
▶ Acceso a recursos-e
▶ Acceso al Metabuscaador
▶ Catálogo CBUA
▶ Otros catálogos Z39.50
▶ Acceso a RIUMA


Busca palabras y combinaciones de palabras en los índices de autor, título, materia y notas simultáneamente. Si desea concretar más su búsqueda, utilice la **Búsqueda asistida** o construya su propia estrategia utilizando operadores para combinar distintos elementos (consulte nuestros Consejos de búsqueda).

Ejemplos:

- Medicina deportiva
- Industria minera
- Drogodependencia **OR** Toxicomania
- Flamenco **AND** Tesis


Web of Science

3 **Los 50 artículos cubanos sobre ciencias biomédicas más citados en el "web of science" en el periodo**
Araújo Ruiz, Juan A.
Ciudad de La Habana : Scielo Cuba, 2005.
33 p.

2005 

Acceso al recurso electrónico

Web of Science [Recurso electrónico]
Philadelphia : ISI, 2001-

2001- 

Acceso al recurso electrónico Más...

Clicamos en acceso para usuarios de la UMA:

The screenshot shows the BU Biblioteca Universitaria website interface. At the top, there are logos for 'uma' and 'BU BIBLIOTECA UNIVERSITARIA Universidad de Málaga'. Below the header, there are navigation links: 'Inicio', 'Mi cuenta', and 'Ayuda'. A search bar is visible with the text 'Web of Science' and a 'Buscar' button. Below the search bar, there are search filters and a dropdown menu for '(Historial de búsqueda)'. The search results section shows 'Encontrados 895 resultados. Ordenado por relevancia | fecha | título.' and a link to 'Registro Anterior Siguiente'. The main content area displays the title 'Web of Science [Recurso electrónico]' and the publisher 'Publicac. Philadelphia : ISI, 2001-'. A pink box highlights the text 'Acceso a través de la licencia nacional restringido para usuarios de la UMA' with an arrow pointing to it. Below this, there are links for 'Ejemplares', 'Más Detalles', 'Registros similares', and 'Reg. completo'. At the bottom right, there is a link for 'Versión para imprimir'.

uma
UNIVERSIDAD
DE MÁLAGA

BU BIBLIOTECA UNIVERSITARIA
Universidad de Málaga

Vicerrectorado de Investigación y Transferencia

Catálogo Jábega

Biblioteca Inicio | Mi cuenta | Ayuda

Inicio Guardar registro Visualización MARC Volver al listado Modificar búsqueda Registros similares Otra búsqueda (Historial de búsqueda)

PALABRA CLAVE Web of Science Catálogo de publicaciones electrónicas

Buscar

Mostrar sólo títulos con ejemplares disponibles
Encontrados 895 resultados. Ordenado por relevancia | fecha | título.

Registro Anterior Siguiente

Información Adicional:

Título Web of Science [Recurso electrónico]
Publicac. Philadelphia : ISI, 2001-

Pulsar en el siguiente:

Acceso a través de la licencia nacional restringido para usuarios de la UMA
Instrucciones de acceso desde el exterior de la UMA
Tutorial Nueva Web of Science 2014

Ejemplares Más Detalles Registros similares Reg. completo

Versión para imprimir

Página principal de la FECYT:



 ACCESO ADMINISTRADORES



[INICIO](#) [LICENCIAS](#) [SERVICIOS](#) [AYUDA](#) [CONTACTO](#)



Indices de impacto



Formación




Licencias nacionales

Para ver las bases de datos: Servicios / acceso a base de datos:

The screenshot shows the Bu website interface. At the top, there are logos for the Spanish Government (GOBIERNO DE ESPAÑA), the Ministry of Economy and Competitiveness (MINISTERIO DE ECONOMÍA Y COMPETITIVIDAD), FECYT (FUNDACIÓN ESPAÑOLA PARA LA CIENCIA Y TECNOLOGÍA), and Recursos Científicos. A search bar with the text "Buscar" and a search icon is on the right. Below the logos is a dark navigation bar with the following menu items: INICIO, LICENCIAS, **SERVICIOS**, AYUDA, and CONTACTO. The "SERVICIOS" menu item is highlighted with a red box, and a red arrow points to it from the text above. A dropdown menu is visible under "SERVICIOS", listing: ACCESO A BASE DE DATOS, FORMACIÓN, ATENCIÓN AL USUARIO, ACCESO A ADMINISTRADORES, ACCESO METADATOS, INFORMACIÓN PARA INVESTIGADORES, and INDICES DE IMPACTO. Below the navigation bar is a large banner image with a blue and white abstract design, featuring a circular logo with the text "SCOPUS". At the bottom, there are three dark grey tiles with white icons and text: "Indices de impacto" (with a bar chart icon), "Formación" (with a graduation cap icon), and "Licencias nacionales" (with a map of Spain icon).

Acceso a base de datos:



 ACCESO ADMINISTRADORES



[INICIO](#) [LICENCIAS](#) [SERVICIOS](#) [AYUDA](#) [CONTACTO](#)



[Inicio](#) » [Servicios](#)

SERVICIOS

ACCESO A BASES DE DATOS

FORMACIÓN

ATENCIÓN AL USUARIO

ACCESO A ADMINISTRADORES

ACCESO A METADATOS

INFORMACIÓN PARA
INVESTIGADORES

ÍNDICES DE IMPACTO

FECYT ofrece a la comunidad investigadora una serie de servicios que han sido creados con el objetivo de mejorar y optimizar el uso de las Bases de Datos.



FORMACIÓN



ATENCIÓN AL
USUARIO



ACCESO A
ADMINISTRADORES



INFO PARA
INVESTIGADORES



ACCESO A
METADATOS



ÍNDICES DE
IMPACTO

Una vez estemos dentro de las bases de datos, clicaremos en ‘acceso directo a cada una de las bases de datos de la Web of Science: wos.fecyt.es’:

En la sección Información para el Investigador puede encontrar una recopilación de todos los enlaces a los productos que ofrece FECYT.

ACCESO DIRECTO

ACCESO REMOTO

ACCESO DESDE EL EXTRANJERO

Si se encuentra dentro de las instalaciones de su centro y su centro dispone de IP fija para su salida a internet, pulsando en los enlaces que se encuentran en la pantalla de inicio de la web, podrá acceder directamente a los recursos contratados por su institución.

Si su centro no dispone de IP fija de salida a internet, el sistema le pedirá que se identifique mediante un usuario y contraseña. Si todavía no dispone de dicho usuario, póngase en contacto con su administrador/a del centro para que le puedan proporcionar la contraseña institucional que le permita registrarse o en su defecto podrá solicitar las contraseñas a través de la dirección de email recursoscientificos@fecyt.es indicando la base de datos a la que quiere acceder y su correo electrónico de su institución. En breve recibirá las credenciales de acceso.

FECYT proporciona los enlaces de acceso directo a las distintas bases de datos para todas aquellas instituciones que necesiten disponer de estos enlaces en los portales de sus bibliotecas:

- Acceso directo a Scopus: www.scopus.com
- Acceso directo a cada una de las bases de datos de Web of Science: wos.fecyt.es
 - ISI Essential Science Indicators: esi.fecyt.es
 - ISI Journal Citation Reports: jcr.fecyt.es
 - ISI Web of Science: woscc.fecyt.es



Página principal de la Web of Science:

Web of Science™

InCites®

Journal Citation Reports®

Essential Science Indicators™

EndNote®

Sign In ▾

Help

English ▾

WEB OF SCIENCE™



THOMSON REUTERS™

Search

All Databases ▾

My Tools ▾

Search History

Marked List

Basic Search

Example: oil spill* mediterranean



Topic



Search

Click here for tips to improve your search.

+ Add Another Field

TIMESPAN

All years ▾

From 1900 ▾ to 2014 ▾

▼ MORE SETTINGS

Auto-suggest publication names

On ▾

(To save these permanently, [sign in or register.](#))

Analizamos algunos puntos de la página principal de la WOS:

Elegir idioma

Web of Science™ InCites® Journal Citation Reports® Essential Science Indicators™ EndNote®

Sign In Help English

WEB OF SCIENCE™

Productos Contratados:
-Productos de Citas y Actualización: Web of Science
-Productos para Análisis y Evaluación: Journal Citation Reports y Essential Science Indicators
-Gestor de Referencias Bibliográficas: EndNote Web



Search All Databases

Search History Marked List

Basic Search

Example: oil spill* mediterranean

Cajetín de búsqueda

Por defecto, WOS busca en todas sus bases de datos, aunque podemos seleccionar la que nos interese.

Podemos registrarnos para tener más funcionalidades: guardar historiales, crear alertas, acceder a su perfil de Researcher ID, o acceder a Endnote Web.

TIMESPAN

All years

From 1900 to 2014

MORE SETTINGS

Auto-suggest publication names

On

(To save these permanently, sign in or register.)

IMPORTANTE: la base de datos está en inglés por lo que deberíamos hacer nuestras búsquedas en inglés

Búsqueda básica

Ejemplo: oil spill* mediterranean

AND Ejemplo: oil spill* mediterranean

+ Agregar otro campo | Borrar todos los campos

PERÍODO DE TIEMPO

Todos los años

Desde 1900 hasta 2014

MÁS AJUSTES

Sugerir de forma automática nombres de publicaciones

Activada

Podemos combinar nuestras búsquedas

- Tema
- Tema
- Título
- Autor
- Identificadores de autores
- Editor
- Autoría conjunta
- Nombre de publicación
- DOI
- Año de publicación

Campos de búsqueda

Haga clic aquí para obtener sugerencias para mejorar su búsqueda.

Buscar

Campos de búsqueda: ¿Qué indica cada campo?

explicamos algunos de los que puedan resultar más confusos:

Tema



Tema

Título

Autor

Identificadores de autores

Editor

Autoría conjunta

Nombre de publicación

DOI

Año de publicación

-Tema: El producto devolverá todos los registros que contengan todos sus términos de búsqueda

-Título

-Autor

-Identificadores de autores: Researcher ID proporciona una solución para el problema de ambigüedad autor dentro de la comunidad de investigación académica. A cada miembro se le asigna un identificador único, así se evitan errores en la identificación del autor.

-Editor

-Autoría conjunta: Organización o institución a la que se le atribuye la autoría de una publicación fuente como, por ejemplo, un artículo, un libro, una acta u otro tipo de trabajo. Escribe el nombre de una autoría conjunta para buscar en los siguientes campos de un registro completo: Autoría corporativa y Autoría conjunta del libro.

Escribe nombres completos o parciales usando comodines (* \$?). Por ejemplo, la búsqueda de Worldwide* encuentra autorías conjuntas como, por ejemplo:

Worldwide Network Blood & Marrow T

Worldwide Wave Investigators

-Nombre de publicación

-DOI: Una forma común de emplear el sistema DOI es dar a las publicaciones científicas un número específico que cualquiera puede utilizar para localizar a través de la Red el citado artículo. A diferencia del sistema URL, el sistema DOI no cambia con el paso del tiempo, aunque el artículo sea reubicado en una dirección distinta

-Año de publicación

-Dirección: Busque en el campo Dirección ingresando el nombre completo o parcial de una institución o ubicación de la dirección de un autor. Por ejemplo, Univ y University busca instituciones en las que el término "Univ" aparece en el campo Dirección de un registro.

Cuando escribas nombres completos, *no* uses artículos (a, an, the) ni preposiciones (of, in, for) en el nombre. Por ejemplo, la búsqueda de UNIV Pennsylvania es correcta, pero si escribes University of Pennsylvania, aparecerá un mensaje de error.



Web Of Science: Más filtros que podemos hacer: (Continuación):

Búsqueda básica

+ Agregar otro campo | Borrar todos los campos

PERÍODO DE TIEMPO

Desde hasta

- Todos los años
- Todos los años
- Últimos 5 años
- Año hasta la fecha
- Últimas 4 semanas
- Últimas 2 semanas
- Semana actual

Podemos elegir algo más antiguo o lo más reciente sobre un tema

Años


MÁS AJUSTES

Sugerir de forma automática nombres de publicaciones

Esta función permite buscar publicaciones de forma rápida mostrando nombres de revistas que pueden ser similares al nombre que está escribiendo. Usa esta función para buscar una revista específica o nombres de revistas relacionados a medida que escribes.

(para guardarlos de forma permanente, [inicie sesión](#) o [regístrese](#)).

RESEARCHER ID: ¿Qué es? Es un registro creado para la comunidad de investigación. Permite a los investigadores crear unos identificadores personales estables (un número) y además hacer públicas sus publicaciones y sus métricos profesionales. Una vez registrado, recibirá un número de identificación individual que le distingue de otros investigadores homónimos.



WEB OF SCIENCE™

Buscar Todas las bases de datos Mis herramientas Hi

Búsqueda básica

Ejemplo: A-1397-2010 OR 0000-0001-5297-9108

Identificadores de autores

Identificadores de autores

Características:

- Accesible desde cualquier sitio www.researcherid.com
- Permite crear un listado de sus publicaciones en la Web
- Puede compartir su perfil con el público o mantenerse como privado
- Genera métricos de citas basados en las publicaciones introducidas desde la WOS: Índice H, distribución de citas por año, total de las veces citado, promedio de las veces citado.

Volvemos a la Web Of Science:

Iniciamos una búsqueda

Web of Science™ InCites™ Journal Citation Reports® Essential Science Indicators™ EndNote®

WEB OF SCIENCE™

Buscar Todas las bases de datos Mis herramientas Historia

Búsqueda básica

"Digital marketing " Tema Buscar

+ Agregar otro campo | Borrar todos los campos

Refinar resultados

Buscar en resultados de...



Bases de datos

Dominios de investigación

- SOCIAL SCIENCES
- SCIENCE TECHNOLOGY
- ARTS HUMANITIES

Refinar

Áreas de investigación

- BUSINESS ECONOMICS
- COMPUTER SCIENCE
- COMMUNICATION
- TELECOMMUNICATIONS
- INFORMATION SCIENCE
- LIBRARY SCIENCE

[más opciones / valores...](#)

Refinar

Tipos de documento

Autores

Autores - coreano

Autoría conjunta/corporativa

Editores

Entidades financiadoras

Títulos de fuentes

Títulos de fuentes

Títulos de fuentes - coreano

Títulos de conferencias/reuniones

Años de publicación

Idiomas

Países/Territorios

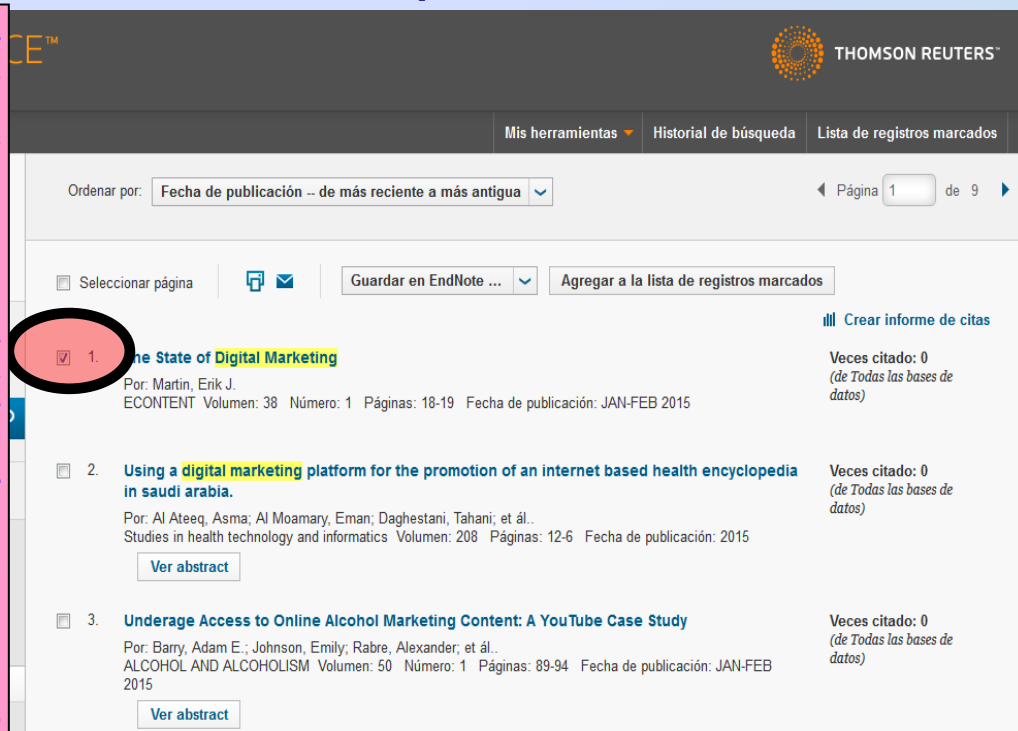
Podemos filtrar nuestra
búsqueda mediante
todos estos campos

En la pantalla de resultados, podemos guardar los documentos que nos interesen temporalmente

Podemos guardar las búsquedas de manera temporal, clicando el cuadrado. Para verlas clic en "Lista de registros marcados".

También podemos ver el historial de búsqueda efectuado (sin cerrar la web). Si queremos que sea a largo plazo, tenemos que registrarnos. **IMPORTANTE HACERLO CON EL CORREO DE LA UMA.**

También podemos crear una alerta, para que nos avisen (mediante correo electrónico) si hay novedades en relación a una materia que nos interesa. (Debemos estar previamente registrados en la WOS)



CE™ THOMSON REUTERS™

Mis herramientas Historial de búsqueda Lista de registros marcados

Ordenar por: Fecha de publicación -- de más reciente a más antigua

Página 1 de 9

Seleccionar página  Guardar en EndNote ... Agregar a la lista de registros marcados

1. **The State of Digital Marketing**
Por: Martin, Erik J.
ECONTENT Volumen: 38 Número: 1 Páginas: 18-19 Fecha de publicación: JAN-FEB 2015

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)

2. **Using a digital marketing platform for the promotion of an internet based health encyclopedia in saudi arabia.**
Por: Al Ateeq, Asma; Al Moamary, Eman; Daghestani, Tahani; et ál..
Studies in health technology and informatics Volumen: 208 Páginas: 12-6 Fecha de publicación: 2015

Ver abstract

3. **Underage Access to Online Alcohol Marketing Content: A YouTube Case Study**
Por: Barry, Adam E.; Johnson, Emily; Rabre, Alexander; et ál..
ALCOHOL AND ALCOHOLISM Volumen: 50 Número: 1 Páginas: 89-94 Fecha de publicación: JAN-FEB 2015

Ver abstract

iii Crear informe de citas

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)

Seleccionado el artículo que nos interesa:

Si tiene este botón, clicando en él, nos lleva al texto completo del artículo

Texto completo de la editorial



Guardar en EndNote Online

Agregar a la lista de registros marcados

Digital marketing and social media: Why bother?

Título

Por: Tiago, MTPMB (Melo Borges Tiago, Maria Teresa Pinheiro)^[1]; Verissimo, JMC (Cristovao Verissimo, Jose Manuel)^[2]

BUSINESS HORIZONS

Volumen: 57 Número: 6 Páginas: 703-708 Número especial: SI

DOI: 10.1016/j.bushor.2014.07.002

Fecha de publicación: NOV-DEC 2014

Ver información de revista

Datos de la revista donde está el documento

Resumen

Changes in consumer behavior require firms to rethink their marketing strategies in the digital domain. Currently, a significant portion of the association research is focused more on the customer than on the firm. To redress this shortcoming, this study adopts the perspective of the firm to facilitate an understanding of digital marketing and social media usage by its stakeholders. The second generation of Internet-based applications enhances marketing efforts by allowing firms to implement digital marketing and co-create content with their customers. Based on a survey of marketing managers, this article shows that firms face internal and external pressures to adopt a digital presence in social media platforms. Firms' digital marketing engagement can be categorized according to perceived benefits and digital marketing usage. To improve digital marketing engagement, marketers must focus on relationship-based interactions with their customers. This article demonstrates how some firms are already accomplishing just that. (C) 2014 Kelley School of Business, Indiana University. Published by Elsevier Inc. All rights reserved.

Resumen

Palabras clave

Palabras clave de autor: Digital marketing; Budget spending; Social metrics; Digital marketing

KeyWords Plus: WEB

Información del autor

Dirección para petición de copias: Tiago, MTPMB (autor para petición de copias)

[1] Univ Azores, Dept Econ & Business, Rua Mae de Deus, P-9501801 Ponta Delgada, Portugal

Direcciones:

[1] Univ Azores, Dept Econ & Business, P-9501801 Ponta Delgada, Portugal

[2] Univ Lisbon, ISEG Lisboa Sch Econ & Management, P-1200781 Lisbon, Portugal

Direcciones de correo electrónico: mariaborges@uaac.pt; jose.verissimo@iseg.ulisboa.pt

Editorial

ELSEVIER SCIENCE BV, PO BOX 211, 1000 AE AMSTERDAM, NETHERLANDS

Mapa de citas: Representa gráficamente las relaciones de citas (referencias citadas y artículos que citan) entre una publicación y otras publicaciones. Permite analizar y ver las relaciones entre las citas recibidas de un autor y las que este autor ha efectuado a su vez. Se puede organizar y colorear los resultados por autor, año de publicación, título de la revista, área temática y por más opciones.

Red de

0 Veces citado

23 Referencias citadas

Ver Related Records

Ver mapa de citas

Crear alerta de cita

(datos de Colección principal de Web of Science™)

Nº de veces citado

Número de todas las veces citado

0 en Todas las bases de datos

0 en Colección principal de Web of Science

0 en BIOSIS Citation Index

0 en Chinese Science Citation Database

0 en Data Citation Index

Factor de impacto: El factor de impacto de una revista es una medida de la frecuencia con la que el artículo ha sido citado en un año determinado. El factor de impacto te ayudará a evaluar la importancia relativa de una revista, sobre todo cuando se compara con otras en el mismo campo.

Categorías / Clasificación

Áreas de investigación: Business & Economics

Categorías de Web of Science: Business

Información del documento

Tipo de documento: Article

Idioma: English

Número de acceso: WOS:000345473100003

ISSN: 0007-6813

eISSN: 1873-6068

Información de la revista

Impact Factor: Journal Citation Reports®

Otra información

Número IDS: AUZUO

Referencias citadas en la Colección principal de Web of Science: 23

Veces citado en la Colección principal de Web of Science: 0

También puedo hacer estas cosas con el documento para facilitar el trabajo:

Texto completo de la editorial



Guardar en EndNote Online

Agregar a la lista de registros marcados

45 de 82

Digital marketing and social media: Why bother?

Por: Tiago, MTPMB (Melo Borges Tiago, Maria Teresa Pinheiro) [1]; Verissimo [2]

BUSINESS HORIZONS
Volumen: 57 Número: 6 Páginas: 703-708 Número especial: SI
DOI: 10.1016/j.bushor.2014.07.002
Fecha de publicación: NOV-DEC 2014
[Ver información de revista](#)

Resumen
Changes in consumer behavior require firms to rethink their marketing strategies. Research is focused more on the customer than on the firm. To redress this short understanding of digital marketing and social media usage as well as its benefits enhances marketing efforts by allowing firms to implement innovative forms of communication. Firms' digital marketing engagement can be categorized according to perceived engagement, marketers must focus on relationship-based interactions with their customers. accomplishing just that. (C) 2014 Kelley School of Business, Indiana University.

Palabras clave
Palabras clave de autor: Digital marketing; Budget spending; Social metrics; Digital marketing
KeyWords Plus: WEB

Información del autor
Dirección para petición de copias: Tiago, MTPMB (autor para petición de copias)
Univ Azores, Dept Econ & Business, Rua Mae de Deus, P-9501801 Ponta Delgada, Azores, Portugal
Direcciones:
[1] Univ Azores, Dept Econ & Business, P-9501801 Ponta Delgada, Portugal
[2] Univ Lisbon, ISEG Lisboa Sch Econ & Management, P-1200781 Lisbon, Portugal
Direcciones de correo electrónico: mariaborges@uaac.pt; jose.verissimo@iseg.utp.pt

Editorial
ELSEVIER SCIENCE BV, PO BOX 211, 1000 AE AMSTERDAM, NETHERLANDS

Puedo imprimir el documento o enviarlo por email

Exportar a los gestores bibliográficos (previamente debes estar dado de alta en sus webs)

Enviar registros por correo electrónico

Contenido del registro: Registro completo

Para

Desde: opcional

Notas: opcional

Estilo del correo electrónico: Texto sin formato

Enviar correo electrónico Cancel

En la pantalla de resultados, podemos guardar la información en gestores bibliográficos

WEB OF SCIENCE™



Buscar

Mis herramientas ▾

Historial de búsqueda

Lista de registros marcados

Resultados: 82
(de Todas las bases de datos)

Buscó: Tema: ("Digital marketing")
...Más

Refinar resultados

Buscar en resultados de...

Bases de datos

Dominios de investigación ▾

- SOCIAL SCIENCES
- SCIENCE TECHNOLOGY
- ARTS HUMANITIES

Refinar

Áreas de investigación ▾

- BUSINESS ECONOMICS
- COMPUTER SCIENCE
- COMMUNICATION
- TELECOMMUNICATIONS
- INFORMATION SCIENCE

Ordenar por: Fecha de publicación -- de más reciente a más antigua ▾

◀ Página 1 de 9 ▶

Seleccionar página



Guardar en EndNote ... ▾ Agregar a la lista de registros marcados

1. **The State of Digital Marketing**

Por: Martin, Erik J.
ECONTENT Volumen: 38 Número: 1

2. **Using a digital marketing plan in saudi arabia.**

Por: Al Ateeq, Asma; Al Moamary, Eman; Daghestani, Tahani; et ál..
Studies in health technology and informatics Volumen: 208 Páginas: 12-6 Fecha de publicación: 2015

[Ver abstract](#)

3. **Underage Access to Online Alcohol Marketing Content: A YouTube Case Study**

Por: Barry, Adam E.; Johnson, Emily; Rabre, Alexander; et ál..
ALCOHOL AND ALCOHOLISM Volumen: 50 Número: 1 Páginas: 89-94 Fecha de publicación: JAN-FEB 2015

[Ver abstract](#)

4. **NEW DESIGN AND TEST CHALLENGES FOR USB 3.1 SUPERSPEEDPLUS**

Por: [Anonymous]
ELECTRONICS WORLD Suplemento: S Páginas: 12-14 Fecha de publicación: DEC 2014

[Ver abstract](#)

[Crear informe de citas](#)

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)

Veces citado: 0
(de Todas las bases de datos)



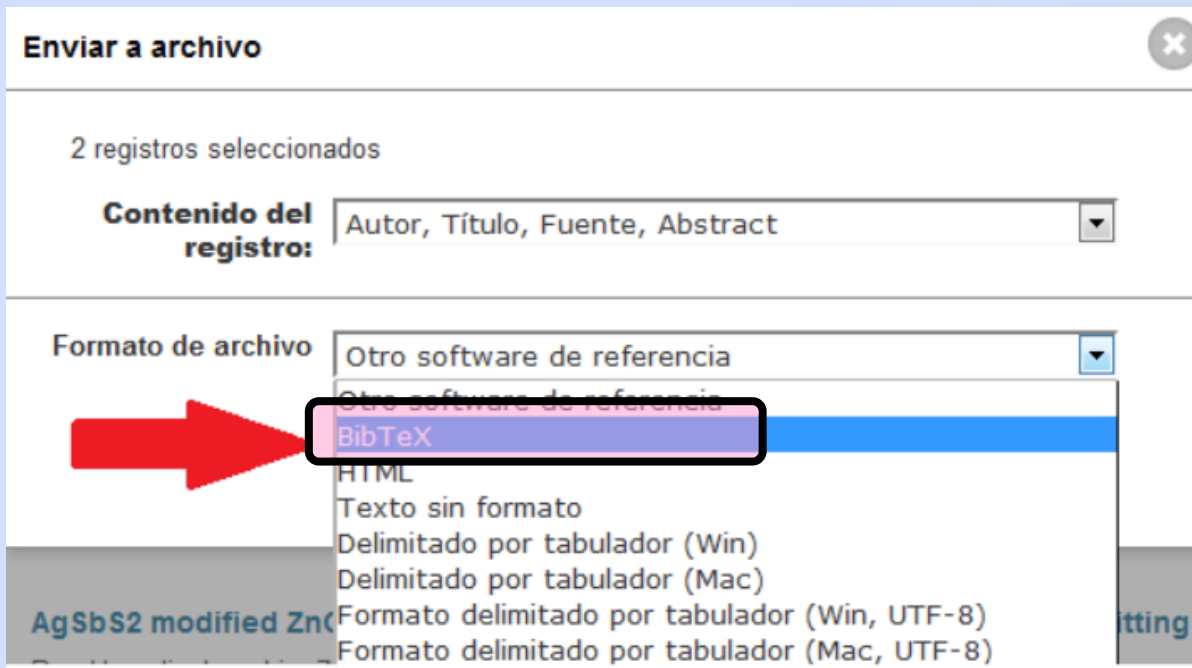
Por defecto, no se puede guardar en el gestor bibliográfico que utiliza la UMA: Mendeley. Para poder guardarlo en dicho gestor hay que seguir estos pasos:



Hay que sustituirlo por "Colección principal de Web of Science"



Después del cambio, una vez lanzada la búsqueda, el formato BibTeX queda habilitado (que es el necesario para Mendeley)



The image shows a dialog box titled "Enviar a archivo" with a close button in the top right corner. Below the title bar, it indicates "2 registros seleccionados". There are two main sections:

- Contenido del registro:** A dropdown menu showing "Autor, Título, Fuente, Abstract".
- Formato de archivo:** A dropdown menu with "BibTeX" selected and highlighted in blue. A red arrow points to this selection. Other options include "Otro software de referencia", "HTML", "Texto sin formato", "Delimitado por tabulador (Win)", "Delimitado por tabulador (Mac)", "Formato delimitado por tabulador (Win, UTF-8)", and "Formato delimitado por tabulador (Mac, UTF-8)".

At the bottom of the dialog, there is a grey bar with the text "AgSbS2 modified Zn" on the left and "itting" on the right.

A continuación, desde la versión desktop de Mendeley, pulsando la secuencia: **File // Import // BibTeX**, nos lleva a la carpeta de la que seleccionar el archivo descargado

