

**LA COLABORACIÓN COMO ESTRATEGIA PARA AUMENTAR EL IMPACTO
DE LAS REVISTAS DE CIENCIAS SOCIALES A TRAVÉS DEL NÚMERO DE
CITAS (ESPAÑA 2005-2014)**



Luz M^a Romo-Fernández
(lmromfer@unex.es)

Rocío Gómez-Crisóstomo
(mrgomcri@unex.es)

Jorge Caldera-Serrano
(jcalser@unex.es)

Departamento de Información y Comunicación. Universidad de Extremadura

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Introducción

Objeto y objetivos

Metodología

Resultados

Conclusiones

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

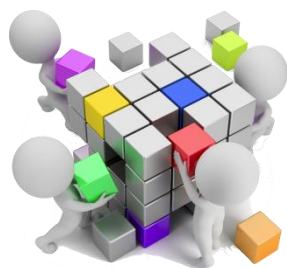
Introducción

Objeto y objetivo

Metodología

Resultados

Conclusiones



Colaboración



WEB OF KNOWLEDGESM



La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Introducción

Objeto y objetivo

Metodología

Resultados

Conclusiones

WEB OF KNOWLEDGESM



THOMSON REUTERS



La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Introducción

Objeto y objetivo

Metodología

Resultados

Conclusiones



La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Introducción

Objeto y objetivo

Metodología

Resultados

Conclusiones

WEB OF KNOWLEDGESM



THOMSON REUTERS



Ciencias Sociales



Introducción

Objeto y
objetivo

Metodología

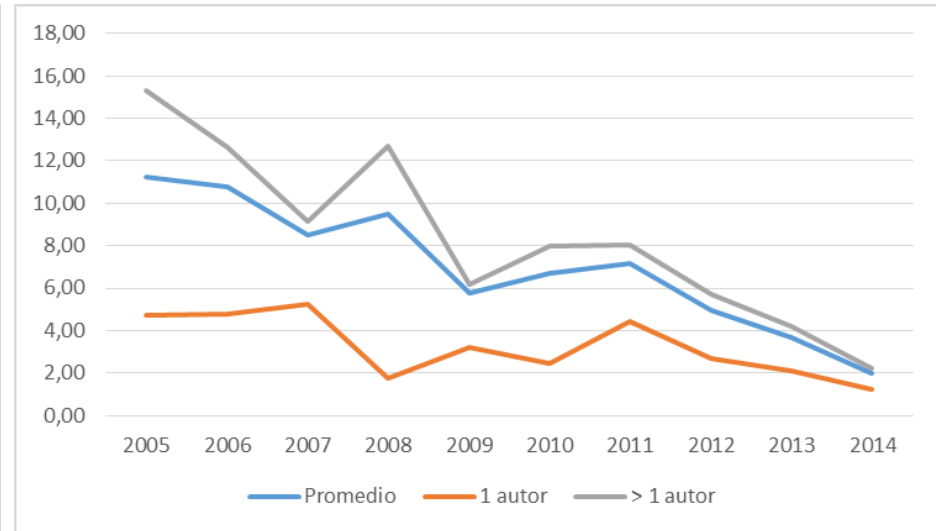
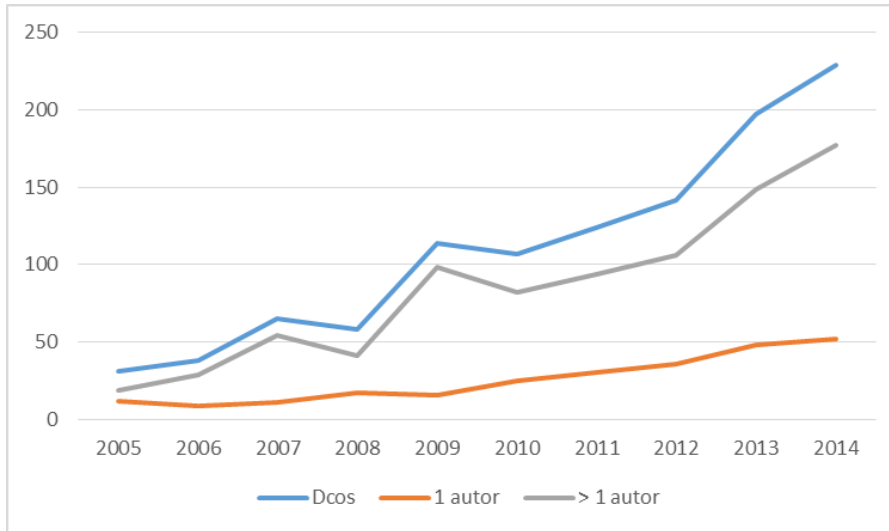
Resultados

Conclusiones

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Autoría



Introducción

Objeto y
objetivo

Metodología

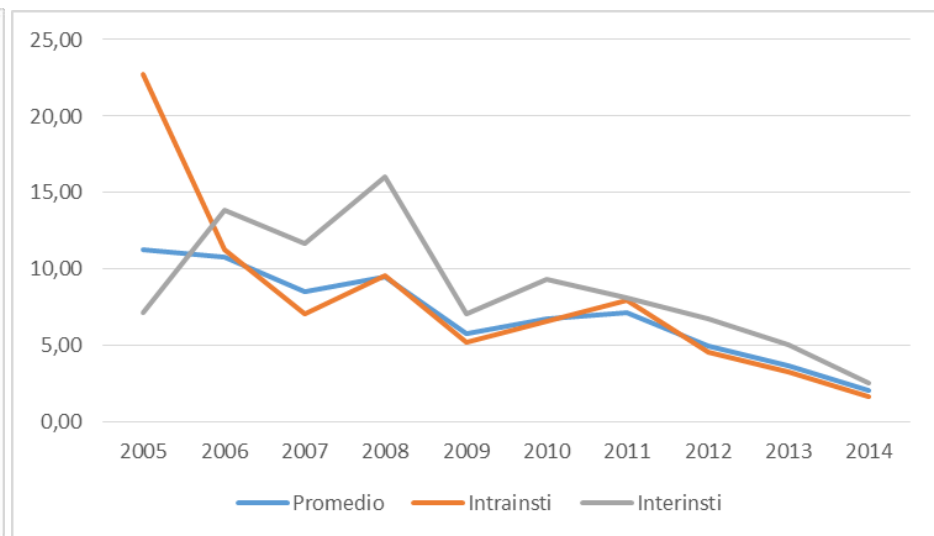
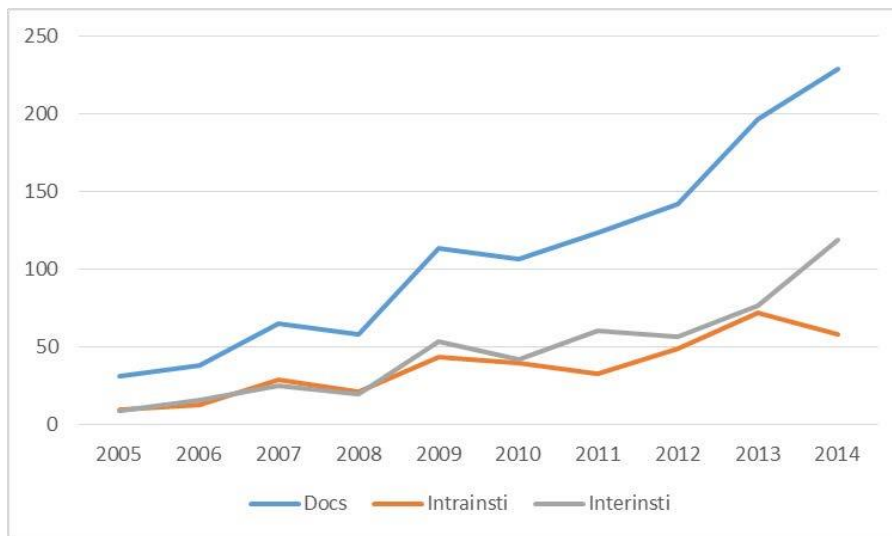
Resultados

Conclusiones

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Intra / Inter



Introducción

Objeto y
objetivo

Metodología

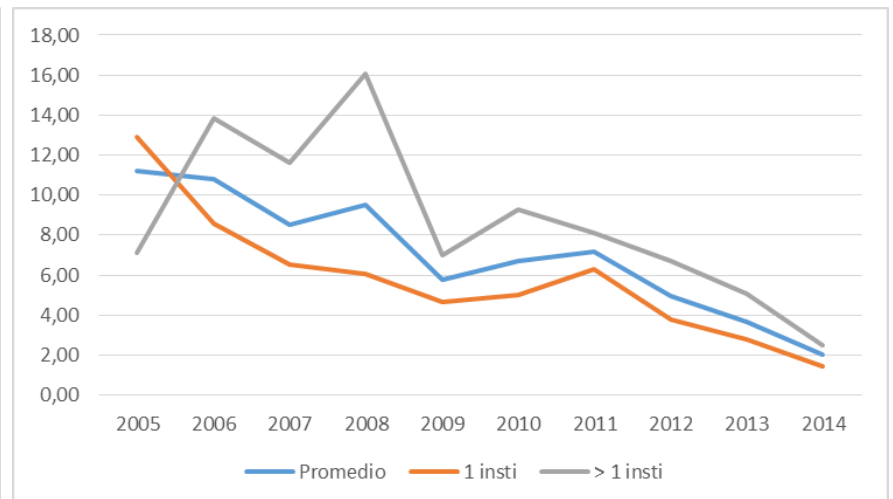
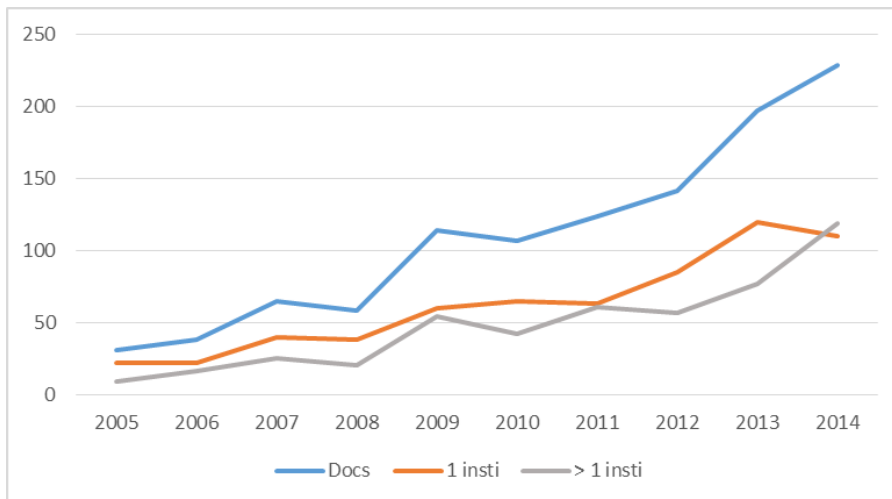
Resultados

Conclusiones

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Interinstitucional



Introducción

Objeto y
objetivo

Metodología

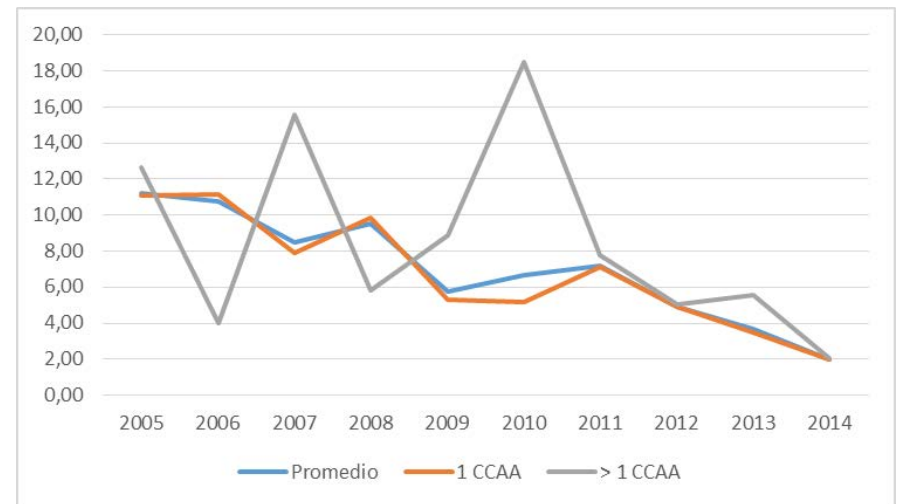
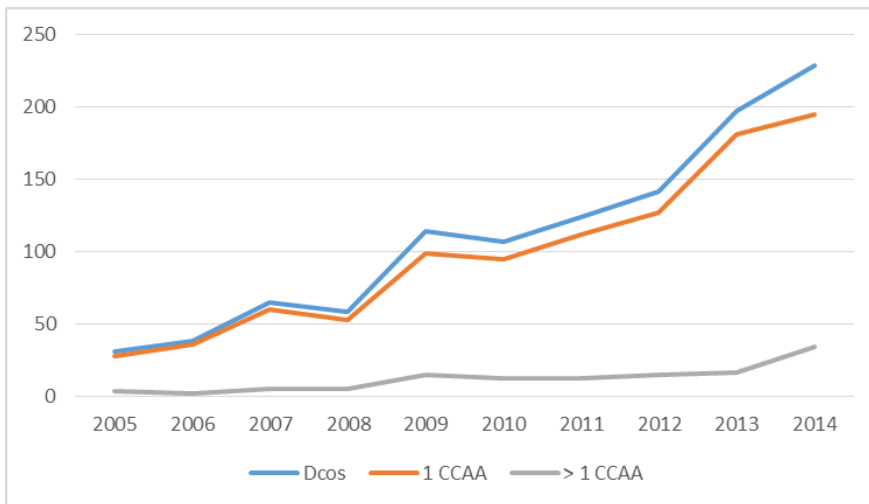
Resultados

Conclusiones

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Interregional



Introducción

Objeto y
objetivo

Metodología

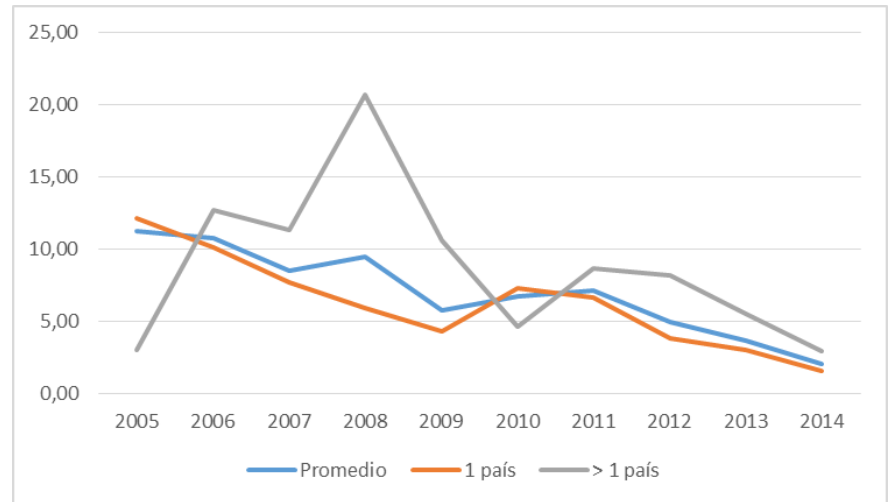
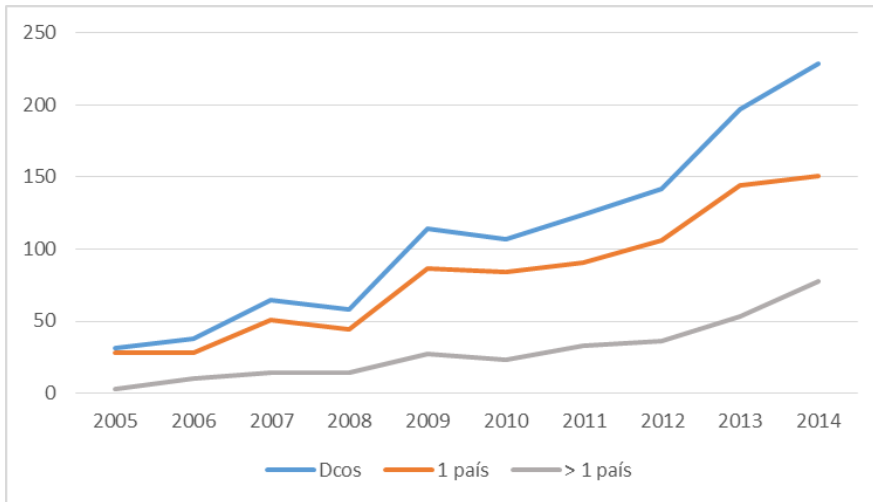
Resultados

Conclusiones

La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Internacional



La colaboración como estrategia para aumentar el impacto de las revistas de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

de Ciencias Sociales a través del número de citas (España 2005-2014)

Introducción

Objeto y objetivo

Metodología

Resultados

Conclusiones



