

## راهنمای جستجو سیولیکا<sup>۱</sup>

سیولیکا، پایگاه اطلاعاتی است که مقالات کنفرانس‌ها، همایش‌ها و مجلات را در بر می‌گیرد. مقالات این پایگاه از طریق آی‌پی<sup>۲</sup> دانشگاه (با استفاده از وی‌پی‌ان<sup>۳</sup>) بصورت رایگان برای دانشگاهیان قابل دسترس است.

### گام نخست: ورود

ابتدا وارد [تارنمای سیولیکا](#) می‌شوید:

[www.civilica.com](http://www.civilica.com)

همانطور که در تصویر زیر مشاهده می‌کنید زمانی که از طریق وی‌پی‌ان دانشگاه وارد تارنما می‌شوید، بنابر دانشگاه مبدأ، پیام خوشامد برای شما نشان داده می‌شود (تصویر ۱).

تصویر ۱

### گام دوم: جستجو

۱. **جستجوی ساده:** همانطور که در تصویر بالا مشاهده می‌شود، می‌توان با استفاده از باکس جستجو ساده در صفحه اصلی، به جستجو منبع مورد نظر خود پرداخت (تصویر ۱، شماره ۱).
۲. **جستجوی پیشرفته:** همچنین می‌توان با استفاده از لینک جستجوی پیشرفته در مقابل باکس جستجو ساده، جستجوی خود را دقیق‌تر ساخت. به هنگام جستجوی پیشرفته، می‌توان در فیلدهای مختلف، کلیدواژه‌ها یا عبارات مورد نظر را وارد کرد (تصویر ۱، شماره ۲).
- ۲-۱. **عنوان:** در صورتیکه از عنوان مورد نظر منبع خود، یا کلیدواژه‌های آن اطلاع دارید، می‌توان این اطلاعات را در باکس عنوان مقاله وارد کرد. با کلیک بر "عین عبارت"، پایگاه، ترتیب عبارات وارد شده شما را رعایت و طبق آن جستجو را انجام می‌دهد. بعنوان مثال اگر شما عبارت "مدیریت صنعتی" را در این باکس وارد کردید و "عین عبارت" را تیک زدید، منابعی برای شما بازایی خواهد شد، که عبارت "مدیریت صنعتی" الزاما با همین ترتیب در عنوان منبع مورد نظر قید شده باشد. این عملگر برای سایر فیلدها نیز دقیقا همین کاربرد را دارد (تصویر ۲).

<sup>1</sup> Civilica

<sup>2</sup> IP (Internet Protocol)

<sup>3</sup> VPN

۲-۲. کلمات کلیدی: زمانی که عنوان خاصی مد نظرتان نیست، می‌توان با درج کلیدواژه‌ها یا عباراتی خاص در این باکس، منبع مورد نظر خود را جستجو کرد (تصویر ۲).

۲-۳. خلاصه مقاله: با درج خلاصه مقاله در این باکس می‌توان به مقاله مورد نظر دسترسی یافت (تصویر ۲).

۲-۴. نویسنده: با درج نام و نام خانوادگی نویسنده نیز می‌توان به مقالاتی که از نویسنده خاص منتشر شده است، دست یافت. در صورتیکه کلیدواژه یا عنوان، در فیلدهای مربوط به خود درج شده باشند، با نوشتن نام نویسنده می‌توان جستجو را محدودتر نمود و سریعتر به مقاله مورد نظر دست یافت (تصویر ۲).

۲-۵. نوع نتایج: با استفاده از نوع نتایج، می‌توان منبع مورد نظر را انتخاب کرد، با انتخاب هر کدام از منابع (مقالات کنفرانس‌ها و ژورنال‌ها، و کتاب‌های الکترونیک) می‌توان جستجو را محدودتر ساخت (تصویر ۲).

۲-۶. سال انتشار: از این بخش نیز می‌توان بازایی مقالات را به سال‌های مورد نظر خود محدود نمود (تصویر ۲).

۲-۷. جستجو در موضوعات خاص: با کلیک بر این لینک، باکسی حاوی موضوعات نمایه شده در پایگاه نمایش داده می‌شود که می‌توان با انتخاب موضوع مورد نظر، منابع را بازایی نمود (تصویر ۲).

در نهایت می‌توان با کلیک بر باکس جستجو، نتایج جستجوی خود را مشاهده نمود (تصویر ۲).

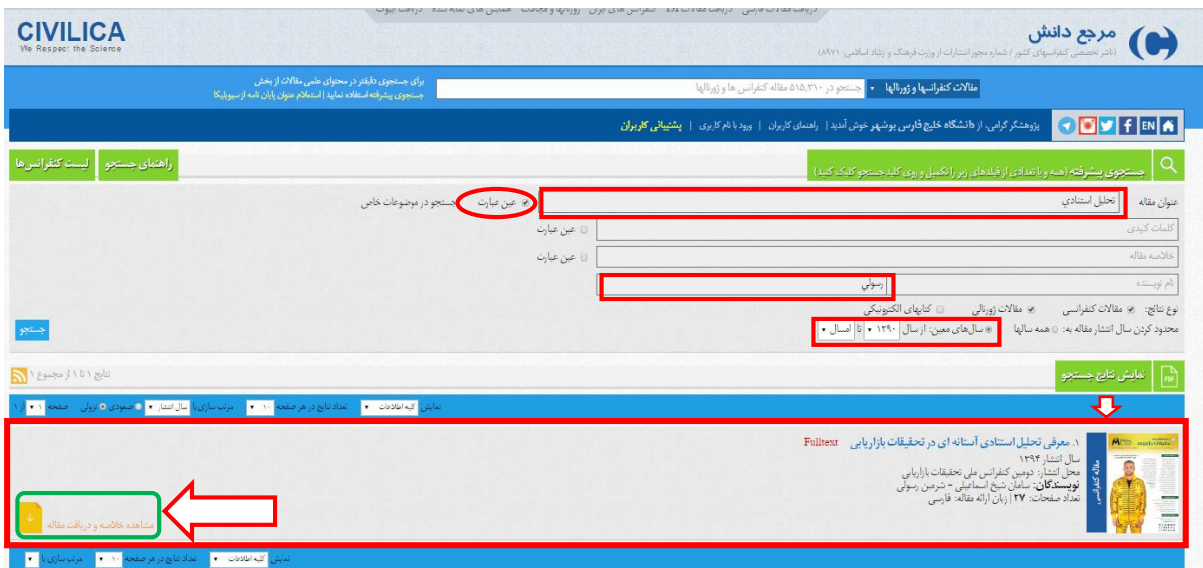
**نکته:** توجه داشته باشید که می‌توان جستجو را با استفاده از تمامی فیلدها انجام داد و در نهایت به جستجویی پیشرفته دست یافت.

The screenshot shows the CIVILICA search interface. At the top, there is a navigation bar with the CIVILICA logo and the tagline "We Respect the Science". The main search area includes a search bar and several filters. A sidebar on the right contains numbered buttons (1-2, 2-2, 3-2, 4-2, 5-2, 6-2) corresponding to the text blocks. The search filters are highlighted with red boxes:

- Search bar: "مقالات کنفرانسها و ژورنالها" (Selected)
- Filter: "عنوان مقاله (حداقل سه حرف وارد کنید)" (Selected)
- Filter: "کلمات کلیدی" (Selected)
- Filter: "خلاصه مقاله" (Selected)
- Filter: "نام نویسنده" (Selected)
- Filter: "نوع نتایج: مقالات کنفرانسی، مقالات ژورنالی، کتابهای الکترونیکی" (Selected)
- Filter: "محدود کردن سال انتشار مقاله به: همه سالها، سال‌های معین: از سال ۱۳۹۵ تا ۱۳۹۸" (Selected)

تصویر ۲

نمونه‌ی یک جستجوی پیشرفته و لیست نتایج را می‌توان در تصویر زیر مشاهده کرد:



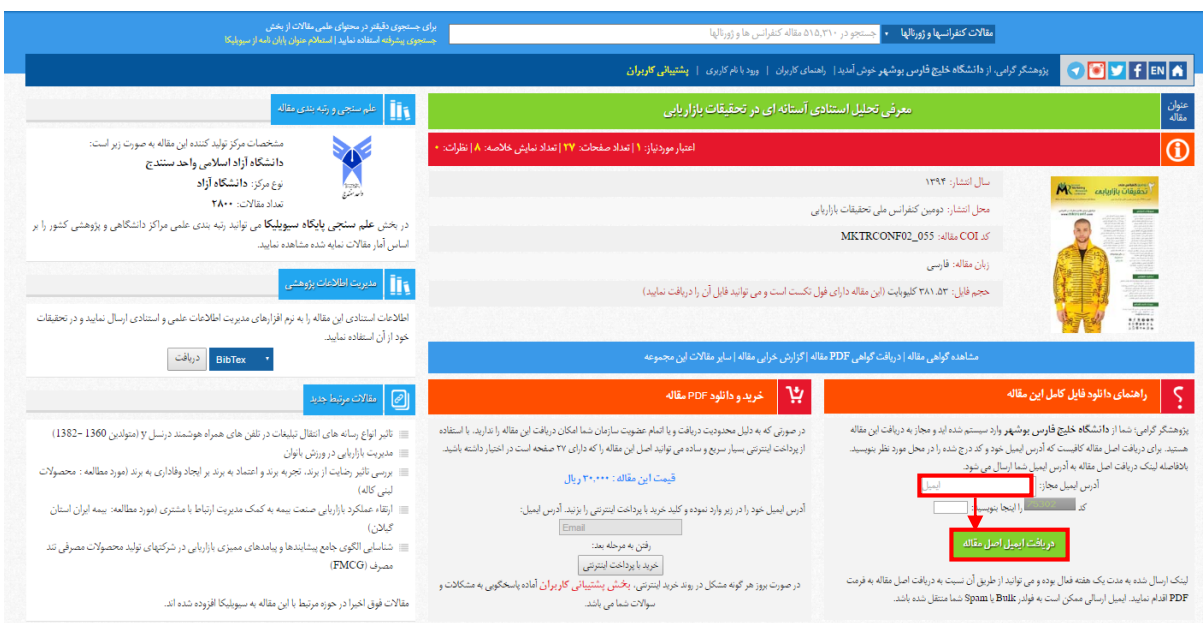
تصویر ۳

### گام سوم: مشاهده اطلاعات مقاله و دریافت فایل

با کلیک بر «مشاهده خلاصه و دریافت مقاله» (تصویر ۳) به صفحه‌ای هدایت می‌شوید که تمامی اطلاعات مربوط به مقاله، چکیده آن و حتی نحوه استناددهی درون‌متنی و برون‌متنی آن نیز ذکر شده است. می‌توان با درج ایمیل خود در فیلد مخصوص، مقاله مورد نظر را دانلود و ذخیره نمود (تصویر ۴). در نظر داشته باشید که فایل مقاله مورد نظر، به ایمیل شما ارسال می‌شود بنابراین می‌بایست در صحت آن دقت نمایید.

**نکته:** کاربران با ایمیل دانشگاهی، می‌توانند روزانه ۱۰ مقاله دانلود کنند. اما کاربرانی که در این فیلد، ایمیل عادی وارد نمایند، روزانه تنها مجاز به دانلود ۳ مقاله هستند.

لازم به ذکر است که در مجموع (ماهانه/سالانه) در دریافت تعداد مقالات محدودیتی نیست و این محدودیت تنها در دریافت روزانه مقالات است.



تصویر ۴

همانطور که پیشتر نیز ذکر شد پس از راهنمای دانلود مقالات، مشخصات کامل مقاله درج شده است (تصویر ۵).

این مشخصات شامل نام و سمت نویسندگان، چکیده مقاله، کلیدواژه‌های موضوعی، شناسه دیجیتال مقاله<sup>۴</sup>، لینک مقاله، و نحوه استناددهی درون‌متنی و برون‌متنی هستند.

مشخصات نویسندگان مقاله معرفی تحلیل استنادی آستانه ای در تحقیقات بازاریابی  
 سامان شیخ اسماعیلی - عضو هیأت علمی گروه مدیریت بازرگانی، واحد سنندج، دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران  
 شرمین رسولی - پوسنده مسئول - دانشجو کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی - بازاریابی، واحد سنندج دانشگاه آزاد اسلامی، سنندج، ایران

**چکیده مقاله:**  
 هدف از این مقاله بررسی و شناسایی همزمان مقالات بافرد، مجلات، مؤسسات و به طور کلی پژوهشگران در تحقیقات بازاریابی است که در سال‌های اخیر اثرات زیادی را بر روی استناد آستانه ای مقالات داشته اند. مطالعات تحلیل استنادی به دلیل کاربردهای گسترده آن در تحلیل انتشارات انبوهی مورد توجه متخصصان در انتخاب منابع اطلاعاتی هستند. تحلیل استنادی آستانه در پروردانه تعداد کارهای تحقیقاتی و استناد به مقالاتی است که در حلقه‌های برگزیده بازاریابی مورد بررسی قرار گرفته اند. به منظور آشنایی پژوهش‌ها باید هر استناد حداقل 18 بار و یا بیشتر انجام شود. در این پژوهش این آستانه جهت آشنایی اثرات و بررسی محدوده منحصر به هر تحقیق بازاریابی استفاده شده است. تحلیل استنادی آستانه‌ها از لحاظ کیفیت، اهمیت و اثرات روی تحقیقات بازاریابی در محدوده هستند که محدود به محته و کارهای تحقیقاتی چاپ شده نمی باشد. سه مقاله که به تعداد زیادی مورد استناد قرار گرفته است از کارهای فورول و لاکر، باون و گنی، اندرسون و گریسنگ بوده است. سه نوع محالته بازاریابی، تحقیقات بازاریابی و تحقیقات مشتریان دارای بیشترین تأثیرات روی تحقیقات بازاریابی بوده اند. این مطالعه در ابتدا در رابطه با شناسایی کارهای تحقیقاتی، مجلات، مؤسسات و تحقیقات بازاریابی به صورت هم زمان انجام گرفت که تضاد زیادی با بوکردهای سنتی داشت و محدودیت‌هایی را در رابطه با کیفیت کارهای چاپ شده بازمی نمود.

**کلیدواژه‌ها:**  
 تحقیقات بازاریابی، علم سنتی، تحلیل استنادی، بازاریابی، آستانه

**کد مقاله/لینک ثابت به این مقاله**  
 برای لینک دهی به این مقاله، می‌توانید از لینک زیر استفاده نمایید. این لینک همیشه ثابت است و به عنوان سند ثبت مقاله در مرجع سئولیکا مورد استفاده قرار می‌گیرد:  
[http://www.civilica.com/Paper-MKTRCONF02-MKTRCONF02\\_055.html](http://www.civilica.com/Paper-MKTRCONF02-MKTRCONF02_055.html)  
 کد COI مقاله: MKTRCONF02\_055

**نحوه استناد به مقاله:**  
 در صورتی که می‌خواهید در اثر پژوهشی خود به این مقاله ارجاع دهید، به سادگی می‌توانید از عبارت زیر در بخش منابع و مراجع استفاده نمایید:  
 شیخ اسماعیلی، سامان و شرمین رسولی، ۱۳۹۴، معرفی تحلیل استنادی آستانه ای در تحقیقات بازاریابی، دومین کنفرانس ملی تحقیقات بازاریابی، تهران، مؤسسه اطلاع رسانی بازش، [http://www.civilica.com/Paper-MKTRCONF02-MKTRCONF02\\_055.html](http://www.civilica.com/Paper-MKTRCONF02-MKTRCONF02_055.html)  
 در داخل متن نیز هر جا که به عبارت یا دستوردهی از این مقاله اشاره شود پس از ذکر مطلب، در داخل پارنیز، مشخصات زیر نوشته می‌شود.  
 برای بار اول: (شیخ اسماعیلی، سامان و شرمین رسولی، ۱۳۹۴)  
 برای بار دوم به بعد: (شیخ اسماعیلی و رسولی، ۱۳۹۴)  
 برای آشنایی کامل با نحوه مرجع نویسی لطفا بخش راهنمای سئولیکا (مرجع دهی) را مطالعه نمایید.

## تصویر ۵

پایان راهنمای جستجو در پایگاه اطلاعاتی سئولیکا