

“ ScholarVox donne accès à une collection de plus de 18000 e-books en management, consultables en ligne.

2 accès aux e-books ScholarVox

Via nos catalogues

<http://catalogue.neoma-bs.fr/rouen/>

<http://catalogue.neoma-bs.fr/reims/>

en cherchant sur le type de documents « e-books »

Via la plateforme ScholarVox :

<http://www.scholarvox.com.library.ez.neoma-bs.fr/>

OUTIL INDISPENSABLE POUR

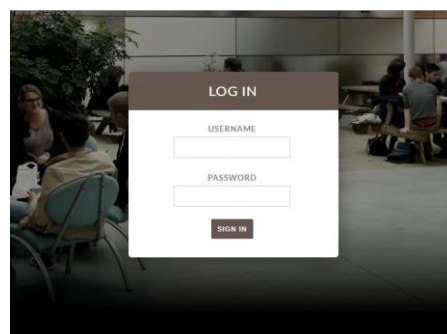
Trouver des livres et manuels au format numérique



Accès hors campus

Après avoir cliqué sur le lien ScholarVox (depuis le site de la Library) ou sur un lien e-book depuis une recherche catalogue, vous arriverez sur la page d'identification NEOMA ci-contre. Après saisie de vos codes first, vous aurez accès à ScholarVox.

Pour que l'accès hors campus fonctionne, consultez toujours ScholarVox depuis le site de la Library.



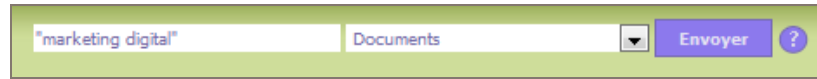
Page d'accueil



Se connecter

Modes de recherche

Recherche simple



La **recherche simple**, en page d'accueil, permet d'interroger sur les champs Titre, Auteur, éditeur ou par défaut sur tous les champs.

La recherche se fait sur le texte intégral des ouvrages mais aussi sur leurs métadonnées (titre, auteur etc...)

Vous pouvez saisir les mots-clés de votre recherche avec ou sans accent.

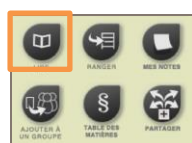
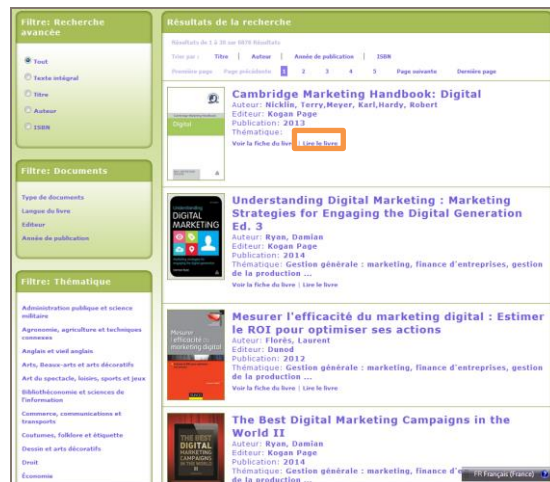
Si vous recherchez l'expression exacte, comme dans Google, mettez le texte de votre recherche entre guillemets.

Trier les résultats

Il est possible de trier les résultats :



Afficher les résultats – Ouvrir le livre



Pour lire le livre, cliquez sur le lien « Lire le livre » depuis la liste de résultats ou sur l'icône Lire depuis la fiche du livre.

Filtrer les résultats

Utilisez les filtres proposés pour affiner votre recherche :

Filter recherche avancée :



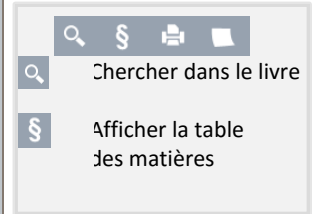
Pour préciser si le mot-clé saisi doit se trouver dans le texte intégral, dans le champ Titre, le champ Auteur ou le champ ISBN.

Les deux autres filtres disponibles sont : Types de documents et Thématiques.

Lire le livre

Deux modes de lecture possibles : HTML 5 Reader ou Flash Reader

HTML 5 Reader



Flash Reader



Zoomer



Table des matières



Naviguer



Rechercher dans le document

Se connecter

Par défaut, il vous est possible d'utiliser ScholarVox et de lire les ouvrages sur la plateforme, sans obligation d'identification.

Néanmoins, certaines fonctionnalités vous sont proposées après identification

Pour se connecter à ScholarVox, cliquez sur le lien en haut, à droite de l'écran. Utilisez vos **identifiants First**.



Fonctionnalités proposées APRES identification

Ajouter un livre à ses dossiers



Understanding Digital Marketing : Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation Ed. 3
 Auteur: Ryan, Damian
 Editeur: Kogan Page
 Publication: 2014
 Thématiques: Gestion générale : marketing, finance d'entreprises, gestion de la production ...
 Voir la fiche du livre | Lire le livre | **Ajouter le livre à mes dossiers**

Depuis la liste de résultats, cliquez sur le lien « Ajouter le livre à mes dossiers ».



Understanding Digital Marketing
 Marketing Strategies for Engaging the Digital Generation

Auteur: Ryan, Damian
 Editeur: Kogan Page
 Publication: 2014
 ISBN: 978-0-7494-7102-6

The world of digital media is changing at a phenomenal pace. Constantly evolving technologies, and the way people are using them, are transforming not just how we access our information but how we interact and communicate with one another on a global scale.

NOUVEAU	FORMATS	REVUS	TAXES	SOUSCRIPTIONS
60	REVUS	REVUS	REVUS	1
85	1	0	0	0

Imprimer (25 pages maxi par session)



- ✓ Maximum de **200 pages** tous ouvrages confondus par session.
- ✓ Maximum de **250 pages** toutes sessions confondues et par jour

Copier/coller

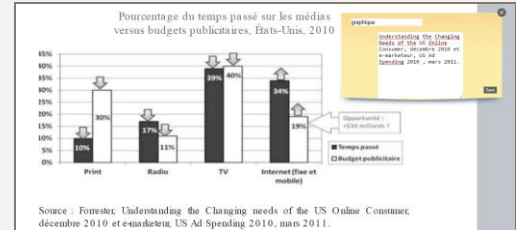
Le copier-coller du texte est possible sans limitation.

Pour aller plus loin

Présentation générale de ScholarVox : <https://www.youtube.com/watch?v=BQ8mo7WYiv4>

Tutoriels vidéo : https://www.youtube.com/playlist?list=PLHC_dbFLZp1rVo7U2mzNMzlbHp1aOVvIr

Annoter



Surligner (uniquement sur Flash Reader)

Introduction au marketing digital



DE QUOI PARLE-T-ON ?

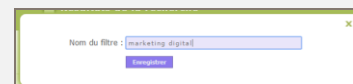
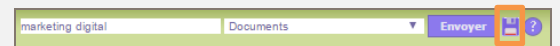
Le marketing est une des activités de base d'une organisation, au même titre que la vente ou la production. Comme l'ensemble des activités des organisations, celle-ci a été profondément affectée par l'émergence des techniques de traitement et de transmission des informations (informatique, télécommunications, Internet...), plus couramment appelées « nouvelles technologies de l'information et de la communication » (NTIC).

Autrement dit, l'utilisation des NTIC dans les

Sauvegarder ses recherches

Sauvez cette recherche et retrouvez la dans votre liste de recherches sauvegardées dans le moteur de recherche

Cliquez sur l'icône de la disquette qui se trouve à côté du bouton « Envoyer » pour accéder ensuite à vos recherches sauvegardées.



Créer un groupe

Cliquez sur le lien Groupes dans le menu :

