

1. Indywidualne konsultacje

Clarivate z zasady nie prowadzi indywidualny konsultacji dla wybranych czasopism. Uważamy, że mogło by to być odebrane jako stronicze podejście wobec danej redakcji.

2. Promocja, "przyciąganie" czasopisma, profil na Facebooku, czy na stronie warto zamieszczać profile członków redakcji ze zdjęciami i opisami np. ich zainteresowań naukowych? Czy nie istnieje obawa, że "promocja" zamieni się w tani marketing, trochę jak sprzedawanie towaru?

Promocja czasopisma czy to przez media społecznościowe czy też inne kanały wydaje się być oczywistym działaniem, które jest podejmowane przez większość tytułów. Celem tych działań jest rozpropagowanie informacji o swojej obecności, zakresie i przyciągnięcia potencjalnych autorów, czytelników czy recenzentów. Oczywiście rodzaj i zakres stosowanych działań marketingowych leży w gestii samej redakcji.

3. Formularz aplikacyjny

Formularz aplikacyjny jest dostępny na stronie: <https://mjl.clarivate.com/wos-journal-submission/wos-journal-submission.html?1> Zawarte w nim pola to podstawowe informacje na temat czasopisma typu: tytuł, redakcja, issn, częstotliwość, adres url strony, wydawca, czy liczba recenzentów prowadzących recenzje w danym roku etc. Dla większości aplikujących nie wymagają szczególnego opisu. W przypadku wątpliwości zawsze można się do nas zwrócić z prośbą o wyjaśnienie.

4. Preewaluacja

Proces preewaluacji w Web of Science nazywamy jest First Triage (ocena wstępna, pierwszy z trzech etapów). Wstępna ocena, dotyczy podstawowych kryteriów, głównie formalno-technicznych np. dostępności na stronie, danych na temat redakcji i tytułu, zachowanie konwencji wydawniczych itp. Dokonuje się ona po zgłoszeniu i w sytuacji nie spełnienia jakiegokolwiek z ocenianych kryteriów redakcja otrzymuje informację o konieczności korekty i może zgłosić tytuł ponownie bez 2 letniego embarga.