INSTITUTO UNIVERSITÁRIO DE LISBOA

Ciência_Iscte

Perfil Público

Aviso: [2026-11-02 17:28] este documento é uma impressão do portal Ciência_Iscte e foi gerado na data indicada. O documento tem um propósito meramente informativo e representa a informação contida no portal Ciência_Iscte nessa data.

Informação Desatualizada: A informação contida neste perfil público poderá estar desactualizada.

Bernadett Koles

Total de Citações

Web of Science®	200
Scopus	235

Publicações

- **Revistas Científicas**

- Artigo em revista científica

1	Nagy, P. & Koles, B. (2016). 'I create therefore I virtually exist': digital content creation, virtual consumption, and motivation in Second Life. Journal of Virtual Worlds Research, 9(2), 1?20. https://doi.org/10.4101/jvwr.v9i2.7205 - N.º de citações Web of Science®: 5
2	Koles, B. & Nagy, P. (2016). Avatars as transitional objects: the impact of avatars and digital objects on adolescent gamers. Journal of Gaming and Virtual Worlds, 8(3), 279?296. https://doi.org/10.1386/jgvw.8.3.279_1 - N.º de citações Scopus: 12

3	Koles, B. & Kondath, B. (2015). Organizational climate in Hungary, Portugal, and India: a cultural perspective. AI and Society, 30(2), 251?259. https://doi.org/10.1007/s00146-013-0507-6 - N.º de citações Scopus: 9
4	Koles, B. & Kondath, B. (2014). Strategy development processes in Central and Eastern Europe: ã cross-regional perspective. International Journal of Emerging Markets, 9(3), 386?399. https://doi.org/10.1108/IJoEM-08-2012-0092 - N.º de citações Web of Science®: 4 - N.º de citações Scopus: 5
5	Koles, B. & Nagy, P. (2014). Individual and professional development in the digital age: towards a conceptual model of virtual worlds for organizations. Management Research Review, 37(3), 288?307. https://doi.org/10.1108/MRR-10-2012-0225 - N.º de citações Web of Science®: 6 - N.º de citações Scopus: 5
6	Nagy, P. & Koles, B. (2014). The digital transformation of human identity: towards a conceptual model of virtual identity in virtual worlds. Convergence - The International Journal of Research into New Media Technologies, 20(3), 276?292. https://doi.org/10.1177/1354856514531532 - N.º de citações Web of Science®: 101 - N.º de citações Scopus: 91
7	Nagy, P. & Koles, B. (2014). “My avatar and her beloved possession”: characteristics of attachment to virtual objects. Psychology and Marketing, 31(12), 1122?1135. https://doi.org/10.1002/mar.20759 - N.º de citações Web of Science®: 59 - N.º de citações Scopus: 53
8	Koles, B. & Nagy, P. (2014). Virtual worlds as digital workplaces: conceptualizing the affordances of virtual worlds to expand the social and professional spheres in organizations. Organizational Psychology Review, 4(2), 175?195. https://doi.org/10.1177/2041386613507074 - N.º de citações Web of Science®: 24 - N.º de citações Scopus: 15

- Editorial

1	Tsiotsou, R. H., Koles, B., Paul, J. & Loureiro, S. M. C. (2022). Theory generation from literature reviews: A methodological guidance. International Journal of Consumer Studies, 46(5), 1505?1516. https://doi.org/10.1111/ijcs.12861 - N.º de citações Scopus: 45 - N.º de citações Google Scholar: 65
2	Chattalas, M. & Koles, B. (2016). Guest editorial: Globalization and the convergence of creativity, innovation and entrepreneurship. Management Research Review, 39(2), 134?143. https://doi.org/10.1108/MRR-11-2015-0274 - N.º de citações Web of Science®: 1

• Livros e Capítulos de Livros

- Capítulo de livro

1	Koles, B. (2014). A new generation of digitally educated workers. In M. Kisilowski (Ed.), Free Market in its Twenties (pp. 149?157). CEU Press.

• Conferências/Workshops e Comunicações

- Comunicação em evento científico

1	Zsofia Toth, Koles, B. & Marzena Nieroda (2016). Business mating online: The effectiveness problem of supplier selection – The case of SMEs in the United Kingdom. Change and transformation of markets, networks and relationships,.

• Outras Publicações

- Outras publicações

1	Koles, B. (2016). The good and the evil behind social media. BRU IUL Societal Impact Highlights, 8, 1?5.