

شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر برندسازی یادگیری سیار (مطالعه موردی: مرکز آموزش از راه دور وزارت نیرو)

فرشاد زرجو*، مرتضی حضرتی،

1397-6-21

با افزایش استفاده از فناوری‌های مدرن ارتباطی از جمله وسایل سیار و به کارگیری این فناوری‌ها در آموزش و یادگیری، توجه به کیفیت این ابزارها و نیازهای استفاده‌کنندگان از این ابزارها امری ضروری است. ایجاد برند سازی در ساختار یادگیری سیار باعث تسهیل یادگیری الکترونیکی می‌شود. در واقع برندسازی به معنای یک فعالیت جمعی و مشترک و ایجاد ارزش می‌باشد که در آن تامین‌کنندگان خدمات الکترونیکی و کاربران شان شرکت می‌کنند. هدف این پژوهش، شناسایی و اولویت‌بندی عوامل مؤثر برند سازی یادگیری سیار (مطالعه موردی: مرکز آموزش از راه دور وزارت نیرو) است. این تحقیق بر اساس هدف کاربردی، بر اساس نحوه گردآوری اطلاعات توصیفی و بر اساس روش تحقیق از نوع همبستگی است. جامعه آماری کارکنان شاغل در حوزه یادگیری سیار در وزارت نیرو هستند. تعداد نمونه بر اساس جدول مورگان برابر با 254 نفر از کارکنان هستند. رویکرد تحلیلی بر مبنای تحلیل عاملی اکتشافی و تحلیل عاملی تاییدی است. برای تجزیه و تحلیل از نرم افزار اس پی اس اس استفاده شد. نتایج حاکی از تایید تمامی فرضیات است.

کلمات کلیدی: برند سازی، یادگیری سیار، مرکز آموزش از راه دور وزارت نیرو)

[Islamic Azad University, Rasht Branch - Thesis Database](#)

[دانشگاه آزاد اسلامی، واحد رشت - سامانه بانک اطلاعات پایان نامه‌ها](#)