

فرمت بارگذاری اطلاعات مربوط به طرح های پژوهشی و پایان نامه ها در وب سایت شرکت

- ۱- عنوان طرح پژوهشی / پایان نامه: اثر شبکه های اجتماعی بر شکل گیری انگاره های اخلاقی (اعتماد و وفاداری) در حوزه خدمات آموزشی
- ۲- تهیه کننده: مرتضی افشاری

۳- تاریخ تحویل پروژه/ تایید پایان نامه: مقاله ۱۴۰۱

چکیده:

- ۱- زمینه: اکنون که حجم عظیمی از گردش اطلاعات، مبادلات علمی-آموزشی و تعامل های انسانی در بستر شبکه های اجتماعی انجام می گیرد، انگاره های اخلاقی می تواند یکی از مهمترین دغدغه های فعالیت در این فضای نوین باشد. هدف تحقیق بررسی اثر شبکه های اجتماعی بر شکل گیری انگاره های اخلاقی در حوزه خدمات آموزشی می باشد.
- ۲- روش: پژوهش حاضر کاربردی و در زمره پژوهش های آمیخته قرار می گیرد. در بخش کیفی جامعه آماری پژوهش شامل اساتید و خبرگان در رشته های بازاریابی و متخصص در حوزه شبکه های اجتماعی بود که بر اساس تکنیک گلوله برفی تا رسیدن به اشباع ۲۰ نفر به عنوان نمونه انتخاب شدند. ابزار مصاحبه نیمه ساختاریافته بود و تحلیل با استفاده از روش کدگذاری سه گانه انجام شد. بخش کمی به منظور تحلیل داده ها و آزمون فرضیه ها شکل گرفت و روش آن توصیفی-همبستگی بود. جامعه آماری فعالین حوزه بازاریابی در شبکه های اجتماعی بودند که به شیوه تصادفی در دسترس نمونه ۳۸۴ نفره انتخاب شد. ابزار پرسشنامه محقق ساخته بود و برای تحلیل داده ها از روش مدل سازی معادلات ساختاری استفاده شد.
- ۳- یافته ها: نتایج بخش کیفی پژوهش حاکی وجود ۲۰۲ کد باز بود که در ۲۹ کد محوری طبقه بندی شد بود. نتایج بخش کمی پژوهش نشان داد که شرایط علی پژوهش بر برند آموزشی در مخاطبان (۵۹۹/۰) برند شخصی بر راهبردهای پژوهش در مخاطبان (۲۴۱/۰) عوامل مداخله ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مخاطبان (۷۲۹/۰) عوامل زمینه ای پژوهش بر راهبردهای پژوهش در مخاطبان (۳۳۱/۰) راهبردهای پژوهش بر پیامدهای پژوهش در مخاطبان (۶۲۷/۰) پیامدهای پژوهش بر نگرش مخاطبان (۷۸۳/۰) اثر معناداری دارد.
- ۴- نتیجه گیری: شبکه های مجازی می بایست در ارایه خدمات آموزشی بکوشند تصویر مطلوب و اخلاقی خود را در ذهن مخاطب شکل دهند.

واژگان کلیدی: شبکه های اجتماعی، انگاره های اخلاقی، خدمات آموزشی، گردش اطلاعات