

عنوان مقاله:

بررسی میزان پذیرش یادگیری الکترونیکی با استفاده از مدل اصلاح شده پذیرش فناوری TAM2 مورد مطالعه : دانشجویان دانشگاه فردوسی مشهد

محل انتشار:

اولین کنگره سراسری فناوریهای نوین ایران با هدف دستیابی به توسعه پایدار (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 43

نویسندگان:

علیرضا حدادیان - دکتری مدیریت بازرگانی، عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

مجتبی پورسلیمی - دکتری مدیریت تجارت الکترونیک، عضو هیات علمی گروه مدیریت دانشگاه فردوسی مشهد

مهديه بازوبندی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه فردوسی مشهد، واحد بین المللی

خلاصه مقاله:

اینترنت و فضای مجازی 1 منابع شگفت انگیز آگاهی و دانش هستند. با تغییرات اساسی که در اثر رشد و گسترش فناوریهای نوین ارتباطی در عصرهای مختلف زندگی انسانها رخ داده است، تعلیم و تربیت نیز از این قاعده مستثنی نیست. در عصر ما دانش و فناوری با یکدیگر هممسیر شده اند و نمیتوان یکی از این دو را بدون دیگری به راحتی به دست آورد. فضای مجازی با منابع و امکانات شگفت و عظیمی که در زمینه علم و دانش در اختیار کاربران قرار میدهد و با ویژگیهایی چون بی زمانی و بی مکانی، تعاملی بودن 2 و... قابلیت های زیادی در زمینه آموزش و تعلیم و تربیت در اختیار کاربران خود قرار می دهد با توجه به این ضرورت، هدف مقاله حاضر، بررسی میزان پذیرش یادگیری الکترونیکی دانشجویان در دانشگاه فردوسی مشهد با استفاده از مدل اصلاح شده پذیرش فناوری TAM2 است. این پژوهش از نوع توصیفی بوده که روش نمونه گیری به صورت طبقه ای تصادفی است و طبقات شامل دانشجویان مقاطع کارشناسی، کارشناسی ارشد و دکتری می باشند و تعداد نمونه با استفاده از روش کوکران 873 نفر تعیین گردید. به منظور جمع آوری اطلاعات مورد سنجش متغیرهای تحقیق از پرسشنامه استفاده شده است که روایی محتوا از طریق کسب نظرات متخصصان، جهت بررسی روایی سازه از تحلیل عاملی تاییدی و پایایی آن با استفاده از آزمون ضریب آلفای کرونباخ به تایید رسیده است. در این پژوهش از آمار توصیفی برای توصیف جامعه آماری و از آمار استنباطی برای تجزیه و تحلیل فرضیه های ارائه شده استفاده شد، همچنین جهت بررسی فرضیه های تحقیق آزمون همبستگی مد نظر قرار گرفت و با استفاده از نرم افزار SPSS به بررسی پایایی و روایی پرسشنامه پرداخته و در نهایت از نرم افزار لیزرل جهت انجام معادلات ساختاری استفاده گردید. همچنین یافته های پژوهش نشان داد که هنجارذهنی از طریق تجربه و به صورت داوطلبانه، سودمندی ادراک شده، سهولت استفاده ادراک شده، قصد استفاده، تصویر و کیفیت خروجی بر پذیرش یادگیری الکترونیک موثر بوده اما هنجار ذهنی، ارتباط شغلی و قابلیت اثبات نتایج بر سودمندی ادراک شده تاثیر نداشت و نقشی در پذیرش یادگیری الکترونیک ایفا نمی کنند

کلمات کلیدی:

آموزش عالی، یادگیری الکترونیکی، مدل پذیرش تکنولوژی، سود درک شده، سهولت استفاده درک شده، مفهوم استفاده و رفتار مصرف کننده

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/344922>



