

عنوان مقاله:

نقش فناوری اطلاعات در توسعه بازیابی و اعتماد الکترونیکی

محل انتشار:

کنفرانس ملی کامپیوتر، فناوری اطلاعات و کاربردهای هوش مصنوعی (سال: 1396)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

سیدعلی موسوی - عضو شبکه پژوهشگران ایران

سیدسعید موسوی - مدرس دانشگاه آزاد کاشمر

سیده سارا مسعودیان - استاد دانشگاه آزاد اصفهان

سیدحسین موسوی - کارشناس فناوری اطلاعات شبکه بهداشت

خلاصه مقاله:

این پژوهش در جهت بررسی ارتباط محتوای وبسایت و اعتماد الکترونیکی و اثربخشی بازاریابی الکترونیکی می باشد. روش تحقیق حاضر توصیفی- پیمایشی از نوع کاربردی است و روش جمع آوری داده ها، کتابخانه ای و میدانی می باشد که جهت سنجش فرضیات و دستیابی به اهداف خریداران اینترنتی به عنوان اعضای جامعه آماری در نظر گرفته شدند. برای گردآوری اطلاعات از پرسشنامه استفاده شد که به صورت انفرادی در اختیار اعضای جامعه گذاشته شده و سپس داده ها با استفاده از روش معادلات ساختاری مورد تجزیه و تحلیل قرار گرفتند و تمامی فرضیه ها مورد آزمون قرار گرفتند و جز فرضیه چهارم مورد تایید قرار می گیرند.

کلمات کلیدی:

توسعه سایت، محتوای سایت، بازاریابی اینترنتی، اعتماد در الکترونیکی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/762511>

