

به کارگیری یادگیری سیار

www.ketab.ir

فاطمه صمدی

سرشناسه	: صمدی امین‌آباد، فاطمه، ۱۳۷۰ -
عنوان و نام پدیدآور	: به‌کارگیری یادگیری سیار/فاطمه صمدی؛ ویراستار مرضیه حضرتی.
مشخصات نشر	: تهران: ویان، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۱۹۸ ص؛ ۵/۱۴×۲۱/۵سم.
شابک	: ۵۸۰۰۰۰ ریال ۱-9-97770-978:
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
موضوع	: سیستم‌های سیار مخابرات و آموزش و پرورش
موضوع	: Mobile communication systems in education
موضوع	: تکنولوژی آموزشی
موضوع	: Educational technology
موضوع	: یادگیری
موضوع	: Learning
رده بندی کنگره	: LB۱۰۴۴/۸۴
رده بندی دیویی	: ۳۷۱/۳۳۵
شماره کتابشناسی ملی	: ۷۵۵۵۶۸۹
وضعیت رکورد	: فیپا

عنوان کتاب:	به کارگیری یادگیری سیار
مؤلف:	فاطمه صمدی
ناشر:	ویان
ویراستار:	مرضیه حضرتی
طراح جلد:	فاطمه صمدی
نوبت چاپ:	اول ۱۳۹۹
شمارگان:	۱۰۰۰
شابک:	۹۷۸-۶۲۲-۹۷۷۷۰-۹-۱
قیمت:	۵۸۰۰۰ تومان
پست الکترونیکی:	viaanbook@gmail.com

کلیه حقوق چاپ و نشر برای ناشر محفوظ است.

شماره تماس: ۰۹۱۲۰۶۲۷۴۶۸-۷۷۸۳۹۹۱۲

Viaanbook.ir

فهرست مطالب

۱	فصل اول: مقدمه
۶	چند اصطلاح برای مطالعه کتاب حاضر
۶	یادگیری (پداگوژی)
۷	یادگیری سیار
۷	آموزش ضمن خدمت
۸	فصل دوم: یادگیری؛ مبانی و مفاهیم
۱۰	تعریف یادگیری
۱۲	تاریخچه یادگیری
۱۴	یادگیری در جوامع بدوی
۱۵	یادگیری در قدیمی‌ترین تمدن‌ها
۱۶	یادگیری در ایران باستان
۱۷	هدف دینی و اخلاقی
۱۷	هدف نیرومندی و بهداشتی
۱۷	هدف جنگی
۱۷	هدف اقتصادی
۱۸	هدف سیاسی
۱۸	یادگیری در دنیای اسلام
۲۰	یادگیری نوین
۲۰	موانع یادگیری
۲۱	شرایط موثر در یادگیری
۲۳	تعریف آموزش
۲۵	تفاوت یادگیری و آموزش
۲۸	مکاتب یادگیری
۲۸	مکتب یادگیری رفتار گرایی
۲۹	مکتب یادگیری سازنده گرایی
۳۰	مکتب یادگیری شناختی
۳۱	مکتب یادگیری مسئله محور

۲۲		مکتب یادگیری مشارکتی
۲۳		مکتب یادگیری گفتگومانی
۲۴		مکتب یادگیری مادا مالکمر
۳۶		مکتب یادگیری اکتشافی
۳۷		مکتب یادگیری ارتباط گرای
۴۲		فصل سوم: یادگیری الکترونیک
۴۲		الف) موج اول آموزش الکترونیکی (۱۹۹۴-۱۹۹۹)
۴۴		وضعیت آموزش الکترونیکی در ایران
۴۶		مزایای یادگیری الکترونیک
۴۹		انواع یادگیری الکترونیک
۴۹		یادگیری از راه دور
۵۲		با کمک کامپیوتر (CAI)
۵۶		یادگیری مبتنی بر وب
۵۶		سیستم مدیریت یادگیری
۵۸		یادگیری سیار
۶۳		ویژگی‌های یادگیری سیار
۶۴		مدل‌های یادگیری الکترونیک
۶۴		مدل یادگیری تقاضاگرای MACDONALD
۶۵		مدل P3 یا زنجیره افراد، فرآیند، برون داد
۶۵		مدل مبتنی بر اجتماعات یادگیری
۶۷		چارچوب یادگیری الکترونیکی KHAN
۷۳		مدل مرجع ADDEI
۷۶		مدل SCHIFFMAN و SHRILL
۷۷		سیستم‌های یادگیری الکترونیک و مدل ترکیبی آن
۷۸		تفاوت یادگیری سیار و یادگیری الکترونیک
۸۰		جایگاه یادگیری سیار
۸۱		رویکردهای یادگیری سیار
۸۳		فصل چهارم: استراتژی محتوای یادگیری سیار
۸۵		محتوا چیست؟

۸۹	استراتژی محتوا و تفاوت آن با بازاریابی محتوا
۸۹	مراحل تدوین یک استراتژی محتوا
۹۰	مخاطبان خود را بشناسید
۹۰	رصد محتوا
۹۲	تعیین اهداف
۹۲	انتخاب سبک نوشتار متناسب با برند تجاری
۹۳	سند استراتژی محتوا
۹۳	فصل پنجم: استراتژی محتوا در یادگیری سیار
۹۴	گام‌های تولید محتوا از دید مک گارن:
۹۷	۱. میکرو وبلاگینگ
۹۹	۲. ایجاد سایت یا بلاگ وردپرسی
۱۰۱	۳. استفاده از شبکه‌های اجتماعی
۱۰۲	۴. پیامک‌های اطلاع‌رسانی
۱۰۳	۵. ایجاد اسلاید پاور پوینت برای شبکه‌های موبایلی
۱۰۵	۶. پادکست‌های صوتی
۱۰۵	۷. نظرسنجی در همه جا
۱۰۷	فصل ششم: حمایت از برندسازی توسط
۱۰۷	یادگیری سیار
۱۰۸	بازاریابی آموزشی
۱۱۳	آشنایی با مفهوم طرفداری از برند
۱۱۶	طبقه‌بندی‌ها، طرفداران و محرکان مختلف
۱۱۷	طرفداران خود را بشناسید
۱۱۹	منابع تاثیرگذار را مشخص کنید
۱۱۹	استفاده از طرفداران برند برای رسیدن به رشد
۱۲۱	برندسازی در یادگیری سیار
۱۲۲	(۱) نوع TITANIC TWEETER
۱۲۲	(۲) نوع حامی مشتاق
۱۲۳	(۳) نوپرست قهرمان
۱۲۳	(۴) میلیونر پر حرف و پر صدا

۱۲۳	 در نقش معلم
۱۲۴	 متصدی کنجکاو
۱۲۴	 نینجای بی صدا
۱۲۷	 فصل هفتم: ابزار یادگیری سیار
۱۲۸	 بخش‌های محتوای یادگیری سیار
۱۳۰	 پیام‌های متنی: پیام‌های متنی شامل پیامک‌ها و ایمیل‌ها می‌باشند
۱۳۱	 پیام‌های تعاملی (پیام‌های دوطرفه)
۱۳۲	 محتوای مبتنی بر صدا یا پاسخ
۱۳۲	 ارائه و سخنرانی محتوا
۱۳۲	 اطلاعات به‌موقع برای جستجو بازیابی
۱۳۳	 رسانه‌های غنی
۱۳۴	 رسانه‌های تعاملی
۱۳۴	 تجربیات جمعی
۱۳۵	 قابلیت منحصر به فرد یادگیری سیار
۱۴۰	 دوربین
۱۴۳	 کاربرد کدهای QR چیست؟
۱۴۴	 دیگر کاربردها
۱۴۴	 ساعت
۱۴۵	 فضای ذخیره ساز ابری
۱۴۵	 توابع محاسباتی / برنامه‌ها
۱۴۷	 ایجاد و مشاهده اسناد
۱۴۷	 تجسم سه بعدی
۱۴۸	 سنسورهای خارجی
۱۴۸	 شتاب‌سنج
۱۴۹	 ژيروسکوپ
۱۴۹	 مغناطیس‌سنج
۱۵۰	 سنسور تشخیص فواصل نزدیک
۱۵۰	 سنسور روشنایی
۱۵۱	 فشارسنج

۱۵۱	 گرماسنج
۱۵۲	 گام شمار
۱۵۲	 سنسور تشخیص ضربان قلب
۱۵۲	 سنسور تشخیص اثر انگشت
۱۵۳	 سنسور تشخیص امواج مضر برای بدن
۱۵۳	 سنسور عنبیه چشم
۱۵۴	 سنسور تشخیص چهره
۱۵۵	 داده های جغرافیایی
۱۵۵	 لوازم جانبی ورودی و خروجی
۱۵۶	 اتصال به اینترنت
۱۵۶	 پخش رسانه
۱۵۶	 حافظه
۱۵۷	 حافظه ROM
۱۵۸	 حافظه RAM
۱۵۸	 حافظه داخلی
۱۵۹	 حافظه بیرونی
۱۶۰	 حافظه سیم کارت
۱۶۰	 ضبط صدا
۱۶۰	 شبکه
۱۶۱	 اطلاعیه ها و هشدارها
۱۶۲	 قابلیت مولتی تاچ (یا چندلمسی)
۱۶۴	 ارتباطات صوتی / تلفنی
۱۶۶	 فصل هشتم: سخن پایانی
۱۶۸	 یادگیری سیار فرصتی منحصر به فرد
۱۶۹	 بودجه بندی یادگیری سیار
۱۷۰	 پیشنهاداتی برای مدیران آموزش و مدیران یادگیری سیار
۱۷۵	 منابع و مآخذ

پیشگفتار

محتوا و تولید با کیفیت آن امروزه امر مهمی در حوزه مدیریت، بازاریابی و برندینگ تلقی می‌شود. به عبارتی برای شناساندن یک محصول، ایده یا خدمت به مشتریان استفاده از محتوای مناسب قابل فهم و گیرا می‌تواند کمک بسیاری در درک مشتری از آن محصول یا خدمت داشته باشد.

در پنج دهه اخیر بروز تحولات گسترده در زمینه فناوری‌های اطلاعاتی و ارتباطاتی، تغییرات عمده‌ای را در عرصه‌های متفاوت حیات بشری به دنبال داشته است. انسان همواره در پی ابداع و اختراع فناوری‌های جدید به منظور آسان‌تر کردن امور و ارتباطات است لذا کارنامه حیات بشری از ابتدای زندگی بشریت تاکنون مملو از ابداع فناوری‌های اطلاعات و ارتباطات است که از آنان به عنوان فناوری‌های جدید و با عالی یاد می‌شود

تولید محتوای مرتبط و ارزشمند امر آسانی نبوده و مستلزم صرف زمان و هزینه قابل توجهی است اما نکته‌ای که در تولید محتوا بسیار مهم بوده آن است که تولید یک محتوای خوب منجر به آن خواهد شد که مخاطب لحظه‌ای توقف کند، بخواند، فکر کند و به شکلی متفاوت رفتار کند. بنابراین ایجاد و تولید محتوای مناسب در تغییر رفتار و عملکرد مشتریان می‌تواند تأثیر بسزایی داشته باشد.