

۲۲۹۵۷۰۲



عوامل موثر بر توسعه کار آفرینی دیجیتال

مؤلف:

ساناز میریارسا

www.ketab.ir



- سرشناسه : میرپارسا، ساناز، ۱۳۶۹ -
- عنوان و نام پدیدآور : عوامل موثر بر توسعه کار آفرینی دیجیتال/مؤلف ساناز میرپارسا.
- مشخصات نشر : تهران: سنجش و دانش، ۱۴۰۱.
- مشخصات ظاهری : ۸۶ ص.: جدول، نمودار.
- شابک : ۲۵۰۰۰۰ ریال ۱-۳۱۳۷-۰۵-۶۲۲-۹۷۸:
- وضعیت فهرست نویسی : فیبا
- یادداشت : کتابنامه: ص. ۷۷ - ۸۶.
- موضوع : کار آفرینی -- ایران -- اثر تکنولوژی اطلاعات -- نمونه پژوهی
- Iran -- on technology information of Effect* -- Entrepreneurship studies Case
- کار آفرینی -- ایران -- اثر نوآوری -- نمونه پژوهی
- Effect of technological innovations on -- Iran -- Entrepreneurship studies Case
- بازرگانی الکترونیکی -- ایران -- نمونه پژوهی
- studies Case -- Iran -- commerce Electronic
- مدیران -- ایران -- نمونه پژوهی
- studies Case -- Iran -- Executives
- رده بندی کنگره : ۶۱۵HB :
- رده بندی دیویی : ۴۲۱.۹۵۵/۶۵۸ :
- شماره کتابشناسی ملی : ۸۸۳۲۹۴۱ :
- اطلاعات رکورد کتابشناسی : فیبا

عنوان : عوامل موثر بر توسعه کار آفرینی دیجیتال	www.sanjesh.ir sanjeshodanesh@iran.ir قیمت : ۲۵۰۰۰۰ ریال
مؤلف : ساناز میرپارسا	
ناشر : سنجش و دانش	
نوبت چاپ : چاپ اول - ۱۴۰۱	
تیراژ : ۳۰ نسخه	
شابک : ۱-۳۱۳۷-۰۵-۶۲۲-۹۷۸	
نشانی : میدان انقلاب . خیابان انقلاب . خیابان دانشگاه . پلاک ۱۲۶ . تلفن : ۰۲۱۶۱۲۶	
«کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ می باشد»»	

فهرست مطالب

۸	فصل اول
۸	کلیات
۹	مقدمه
۱۵	تعاریف مفاهیم
۱۶	فصل دوم
۱۶	مبانی نظری و پیشینه
۱۷	۲-۱- مقدمه
۱۷	بخش اول: مروری بر ادبیات تحقیق
۱۷	۲-۲- کارآفرینی
۱۷	۲-۲-۱- تعاریف کارآفرینی
۱۸	۲-۲-۲- اهمیت کارآفرینی کارآفرینی
۱۹	۲-۲-۳- کارآفرینان
۲۰	۲-۲-۴- ویژگی های کارآفرینان
۲۱	۲-۲-۵- ویژگی های شخصیتی
۲۲	۲-۲-۵-۱- ویژگیهای شخصی و جمعیت شناختی
۲۳	۲-۳- کارآفرینی دیجیتال
۲۶	۲-۳-۱- فناوری اطلاعات (IT)
۲۸	۲-۳-۲- نقش اینترنت در کارآفرینی دیجیتال
۳۰	۲-۳-۳- اثرات ورود اینترنت بر کارآفرینی
۳۱	۲-۳-۴- نقش فناوری اطلاعات و ارتباطات در کارآفرینی
۳۴	۲-۴- تجارت الکترونیکی
۳۴	۲-۴-۱- تعریف و مفهوم تجارت الکترونیک
۳۵	۲-۴-۲- مدل های تجارت الکترونیکی
۳۷	۲-۴-۳- اهمیت تجارت الکترونیک
۳۸	۲-۴-۴- دولت الکترونیک
۴۰	۲-۴-۵- مزیت رقابتی تجارت الکترونیک
۴۰	۲-۴-۶- موانع تجارت الکترونیک
۴۳	بخش دوم: مروری بر پیشینه تحقیقات داخلی و خارجی
۴۴	۵-۲- پیشینه تحقیقات داخلی

۴۵	۲-۶- پیشینه تحقیقات خارجی
۴۶	۲-۷- چهارچوب نظری تحقیق
۴۷	۲-۸- خلاصه فصل
۴۸	فصل سوم :
۴۸	روش شناسی پژوهش
۴۹	۳-۱- مقدمه
۴۹	۳-۲- روش تحقیق
۵۰	۳-۳- جامعه آماری
۵۰	۳-۴- شیوه نمونه گیری و حجم نمونه
۵۲	۳-۵- ابزار گردآوری اطلاعات
۵۵	۳-۶- متغیر های پژوهش
۵۷	۳-۷- روایی پرسشنامه
۵۸	۳-۸- پایایی یا قابلیت پرسشنامه
۶۰	۳-۹- روش تجزیه و تحلیل داده
۶۰	۳-۹-۱- آزمون فریدمن
۶۰	۳-۹-۲- آزمون میانگین جامعه
۶۱	۳-۱۰- نتیجه گیری
۶۲	فصل چهارم:
۶۲	تجزیه و تحلیل داده ها
۶۳	۴-۱- مقدمه
۶۳	۴-۲- تجزیه و تحلیل داده های دموگرافیک
۶۳	۴-۳- توزیع فراوانی متغیر جنسیت در نمونه
۶۵	۴-۳-۱- توزیع فراوانی متغیر سن در نمونه
۶۶	۴-۳-۲- توزیع فراوانی متغیر میزان تحصیلات در نمونه
۶۸	۴-۳-۳- توزیع فراوانی متغیر تاهل خدمت در نمونه
۶۹	۴-۴- تجزیه و تحلیل سؤال های پژوهش
۶۹	۴-۴-۱- بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر متغیر استراتژی
۷۰	۴-۴-۲- بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر متغیر فرایند های مدیریتی
۷۱	۴-۴-۳- بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر متغیر افراد و نقش ها
۷۲	۴-۴-۴- بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر متغیر ساختار
۷۳	۴-۴-۵- بررسی وضعیت پاسخ دهندگان از نظر متغیر فناوری
۷۴	۴-۴-۶- آزمون فریدمن
۷۶	۴-۵- خلاصه فصل
۷۷	منابع