

عنوان مقاله:

طراحی یک چهارچوب مفهومی برای توسعه خدمات ارزش افزوده تلفن همراه

محل انتشار:

اولین کنفرانس خدمات ارزش افزوده تلفن همراه در ایران (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 11

نویسنده:

محمد معماریان - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

با مرور بر تجربیات و ادبیات موجود پیرامون کاربرد رسانه های جدید به طور کلی و تلفن همراه به طور خاص، می توان دامنه ی نسبتاً گسترده ای از کاربردهای مختلف را شناسایی کرد که بالقوه یا بالفعل قابلیت خلق ارزش افزوده در صنعت تلفن همراه را دارند. نگاه منفرد و موردی برای کشف کاربردهای جدید، هرچند رویکردی خلاقانه محسوب می شود، اما بواسطه ی فقدان مبنای نظری با سه مشکل جدی روبروست: (1) شاید نتواند تمامی کاربردهای بالقوه را شناسایی کند، (2) ممکن است نتواند تمام ارزش بالقوه ی یک کاربرد را محقق کند، و (3) ممکن است کاربردهایی را پیشنهاد دهد که سواد آوری و بقای دراز مدت خدمات این صنعت را به خطر بیندازد. لذا، این مقاله با بهره گیری از نظریه ی استفاده و رضامندی، نظریه ی اقتصاد سیاسی و مفهوم لذت رسانه های جدید، چارچوبی مفهومی برای توسعه ی خدمات ارزش افزوده ی تلفن پیشنهاد می دهد. همچنین برخی از ملاحظات و نگرانی های کاربران درباره ی خدمات تلفن همراه را نیز بررسی می کند.

کلمات کلیدی:

تلفن همراه، ارزش افزوده، استفاده و رضامندی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/105473>

