

فصل اول: کلیات اشاعه اطلاعات ۱۳

- ۱-۱- مقدمه ۱۳
- ۱-۲- مدیریت داده‌ها، اطلاعات و دانش ۱۴
- ۱-۳- اشاعه اطلاعات ۱۶
- ۱-۳-۱- ضرورت اشاعه اطلاعات ۱۶
- ۱-۳-۲- اصول اشاعه اطلاعات ۱۷
- ۱-۴- سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ۲۰
- ۱-۴-۱- اهداف سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ۲۲
- ۱-۴-۲- ضرورت و مزایای سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ۲۲
- ۱-۴-۳- تغییر آگاهی‌رسانی جاری به اشاعه گزینشی اطلاعات ۲۴
- ۱-۴-۴- فلوچارت سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ۲۵
- ۱-۴-۵- فرایند اشاعه گزینشی اطلاعات ۲۶
- ۱-۴-۶- استفاده از اشاعه گزینشی اطلاعات در مراکز اطلاع‌رسانی ۲۹
- ۱-۵- خلاصه فصل ۳۶

فصل دوم: روش‌های اشاعه اطلاعات ۳۷

- ۲-۱- اشاعه غیر گزینشی اطلاعات ۳۷
- ۲-۱-۱- تشخیص علایق اکثریت ۳۷
- ۲-۱-۲- قرارداد با سازمان‌ها، دانشگاه‌ها، صفحات و کانال‌های موثر در فضای مجازی ۳۸
- ۲-۱-۳- در نظر گرفتن تسهیلات ۳۹
- ۲-۲- اشاعه گزینشی اطلاعات ۴۲
- ۲-۲-۱- شناخت نیازها و علایق اکثریت ۴۲
- ۲-۲-۲- تبلیغ سیستم اشاعه گزینشی اطلاعات ۴۳

۴۴	۲-۲-۳- موضوع، واژگان کلیدی و چکیده برای اسناد منتشره
۴۵	۲-۲-۴- ایجاد پرونده پژوهشی
۴۸	۲-۲-۴-۱- اطلاعات فردی
۴۹	۲-۲-۴-۲- علایق و نیازهای کاربر
۵۰	۲-۲-۴-۳- تعیین تابع تطابق
۵۱	۲-۲-۴-۴- تعداد اعلان‌ها
۵۲	۲-۲-۴-۵- اجازه یا عدم اجازه توصیه اسناد توسط سایر کاربران
۵۲	۲-۲-۴-۶- موضوعات و کلیدواژه‌های پرطرفدار و اسناد پرمخاطب
۵۲	۲-۲-۴-۷- قالب دریافت سند
۵۳	۲-۲-۴-۸- گزینه بازخورد
۵۴	۲-۲-۴-۹- گزینه آمار و سوابق کاربر
۵۴	۲-۲-۴-۱۰- گزینه دعوت دوستان
۵۵	۲-۲-۵- تطابق اسناد با علایق کاربر با استفاده از تابع تطابق
۵۵	۲-۲-۵-۱- تابع تطابق بایدها
۵۶	۲-۲-۵-۲- تابع تطابق بایدها و نبایدها
۵۶	۲-۲-۵-۳- تابع تطابق وزنی بر اساس تعداد تکرار کلیدواژه
۵۷	۲-۲-۵-۴- تابع تطابق وزنی بر اساس اهمیت کلیدواژه
۵۷	۲-۲-۵-۵- تابع تطابق وزنی بر اساس مکان و اهمیت کلیدواژه
۵۸	۲-۲-۵-۶- تابع تطابق بولی
۶۱	۲-۲-۵-۷- امکان انتخاب مواردی علاوه بر کلیدواژه‌ها
۶۲	۲-۲-۶- اعلان اسناد
۶۳	۲-۲-۶-۱- روش اعلان
۶۴	۲-۲-۶-۲- محتوای اعلان
۶۵	۲-۲-۶-۳- ترتیب اسناد اعلانی
۶۵	۲-۲-۶-۴- تعداد اعلان
۶۶	۲-۲-۷- ارسال
۶۶	۲-۲-۸- بازخورد
۷۴	۲-۲-۸-۱- انواع بازخورد
۷۵	۲-۲-۸-۲- شیوه‌های ارائه بازخورد

۷۵	۲-۲-۹- استفاده از آمار و نمودار
۷۶	۲-۲-۱۰- بازنگری و به روز رسانی پرونده پژوهشی (اصلاح)
۷۶	۲-۳- نمودار و جدول اشاعه اطلاعات
۹۲	۲-۴- مطالعه صورت گرفته بر روی فرایند اشاعه گزینشی اطلاعات ۱۶ مرکز اطلاع‌رسانی
۱۰۰	۲-۵- مزایا و معایب روش‌های موجود
۱۰۹	۲-۶- خلاصه فصل
۱۱۳	فصل سوم: استفاده از فناوری اطلاعات در اشاعه گزینشی اطلاعات
۱۱۴	۳-۱- اشاعه غیرالکترونیک اطلاعات
۱۱۴	۳-۱-۱- اشاعه غیر گزینشی اطلاعات به شیوه‌های غیر الکترونیک
۱۱۵	۳-۱-۱-۱- اشاعه اطلاعات از طریق برگزاری همایش‌ها و نشست‌ها
۱۱۵	۳-۱-۱-۲- اطلاع‌رسانی پستی
۱۱۶	۳-۱-۲- اشاعه گزینشی اطلاعات به شیوه‌های غیر الکترونیک
۱۱۶	۳-۲- اشاعه نیمه الکترونیک اطلاعات
۱۱۷	۳-۳- اشاعه الکترونیک اطلاعات
۱۱۷	۳-۳-۱- فناوری اطلاعات و ارتباطات
۱۲۳	۳-۳-۲- استراتژی‌های فناوری اطلاعات و ارتباطات
۱۲۴	۳-۳-۳- اهمیت و تأثیر فناوری اطلاعات در اشاعه اطلاعات
	۳-۳-۴- چالش‌های استفاده از فناوری اطلاعات و ارتباطات در اشاعه اطلاعات
۱۲۶	۳-۳-۴-۱- چالش‌های فنی
۱۲۷	۳-۳-۴-۲- چالش‌های اقتصادی
۱۳۱	۳-۳-۴-۳- چالش‌های قانونی
۱۳۳	۳-۳-۴-۴- چالش‌های اجتماعی
۱۳۴	۳-۳-۴-۵- چالش‌های اطلاعاتی
۱۳۵	۳-۳-۵- شیوه‌های اشاعه الکترونیک اطلاعات
۱۳۶	۳-۳-۵-۱- اینترنت و تکنولوژی‌های وب
۱۳۷	۳-۳-۵-۲- پست الکترونیک

۱۴۲.....	۳-۳-۵-۳- شبکه‌های اجتماعی مجازی.....
۱۴۴.....	۳-۳-۵-۴- پایگاه داده‌ها.....
۱۴۶.....	۳-۳-۵-۵- سرویس‌های تلفن همراه.....
۱۴۸.....	۳-۳-۶- استفاده از فناوری اطلاعات در شناخت نیازها و علایق اکثریت.....
۱۴۹.....	۳-۳-۷- محیط بحث و تبادل نظر بین کاربران برای هر سند منتشره.....
۱۵۰.....	۳-۳-۸- توصیه اسناد توسط سیستم.....
.....	۳-۳-۹- دریافت کلیدواژه‌های پیشنهادی به کمک تکنولوژی اینترنت اشیاء
۱۵۴.....
۱۵۷.....	۳-۴- ضرورت و اهمیت سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات در قرن ۲۱.....
۱۶۰.....	۳-۵- یک مثال عملی از سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات.....
.....	۳-۵-۱- ابزارها در سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات در مثال عملی آموزش
۱۶۳.....
۱۷۲.....	۳-۵-۲- استاندارد محتوا.....
۱۷۵.....	۳-۵-۳- دسته‌بندی محتوا.....
۱۸۲.....	۳-۵-۴- شبکه‌زیرساخت انتقال و تبادل اطلاعات.....
۱۸۴.....	۳-۵-۵- اجزای روش آموزشی پیشنهادی برای مثال آموزش کودکان.....
۱۹۷.....	۳-۵-۶- پیاده‌سازی سیستم اشاعه‌گزینی اطلاعات.....
۲۰۸.....	۳-۶- خلاصه فصل.....
.....
۲۰۹.....	مراجع.....
۲۲۱.....	واژه‌نامه فارسی به انگلیسی.....
۲۲۳.....	واژه‌نامه انگلیسی به فارسی.....