

Efnisyfirlit

MYNDASKRÁ.....	7
TÖFLUSKRÁ.....	9
1. INNGANGUR	11
1.1. ALMENNT UM VERKEFNIÐ	11
1.2. RANNSÓKNARSPURNING	12
1.3. TILGÁTUR	12
1.4. UPPBYGGING VERKEFNISINS.....	12
2. KENNINGARLEGT YFIRLIT.....	13
2.1. HUGTÖK.....	13
2.1.1. <i>Web 2.0</i>	13
2.1.2. <i>Samfélagsmiðlar</i>	14
2.1.3. <i>Snjallsími</i>	16
2.2. STÁÐA ÞEKKINGAR	17
2.2.1. <i>Íslenskar rannsóknir og umfjöllun</i>	18
2.2.1.1. Umfjöllun um íslenskar rannsóknir	18
2.2.1.2. Umfjöllun um íslenskar greinar og skrif.....	20
2.2.1.3. Íslenskar rannsóknir/greinar í samhengi við rannsókn.....	21
2.2.2. <i>Erlendar rannsóknir og umfjöllun</i>	25
3. FRAMKVÆMD RANNSÓKNAR	36
3.1. RANNSÓKNARAÐFERÐIR.....	36
3.2. VAL Á RANNSÓKNARAÐFERÐ	37
3.3. VEFKÖNNUN.....	37
3.3.1. <i>Framkvæmd</i>	37
3.3.2. <i>Takmarkanir rannsóknar</i>	39
3.4. SAMANTEKT SVARA Í VEFKÖNNUN.....	40
3.4.1. <i>Grunnspurningar</i>	40
3.4.2. <i>Spurningar um fyrirtækið</i>	44
3.4.3. <i>Spurningar um einstaklinginn</i>	58
4. NIÐURSTÖÐUR	61
4.1. FJÁRHAGSLEGUR ÁVINNINGUR.....	62
4.2. ÞEKKINGARLEYSI STJÓRNENDA.....	65
4.3. BOÐ OG BÖNN	67

4.4.	EIGNARHALD OG FRAMSETNING UPPLÝSINGA	70
5.	UMRÆÐA OG ÁLYKTANIR	73
5.1.	FJÁRHAGSLEGUR ÁVINNINGUR.....	73
5.2.	ÞEKKINGARLEYSI STJÓRNENDA.....	74
5.3.	BOD OG BÖNN	75
5.4.	EIGNARHALD OG FRAMSETNING UPPLÝSINGA	76
5.5.	RANNSÓKNARSPURNINGIN	77
6.	SAMANTEKT.....	80
7.	HEIMILDASKRÁ.....	82
8.	VIÐAUKAR.....	86
8.1.	SPURNINGAR Í VEFKÖNNUN	86
8.2.	BEIÐNI UM PÁTTTÖKU Í KÖNNUN Í FORMI BRÉFS	94
8.3.	FYRRA ÁMINNINGABRÉF Í TÖLVUPÓSTI	95
8.4.	SEINNA ÁMINNINGABRÉF Í TÖLVUPÓSTI.....	96
8.5.	VAKTARINN - FLÆÐIRIT SAMSKIPTA	97
8.6.	INTEL SOCIAL MEDIA GUIDELINES.....	98