

تأثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد روابط عمومی

تحلیل جامعه‌شناسی موردی در وزارت ورزش و جوانان

علی الوندی

انتشارات سرمدی ۱۳۹۸

سرشناسه	: الوندی، علی، ۱۳۵۸.
عنوان و نام پدیدآور	: تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد روابط عمومی: تحلیل جامعه‌شناسی موردی در وزارت ورزش و جوانان/ علی الوندی.
مشخصات نشر	: تهران: سرمادی، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۱۱۸، [۸]ص.
شابک	: 978-964-2506-75-0
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
پادداشت	: کتبه‌نامه: ص: ۸۱.
عنوان دیگر	: تحلیل جامعه‌شناختی موردی در وزارت ورزش و جوانان.
موضوع	: ایران. وزارت ورزش و جوانان
موضوع	: سرمایه اجتماعی -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: Social capital (Sociology) -- Iran -- Case studies
موضوع	: روابط عمومی -- ایران -- نمونه‌پژوهی
موضوع	: Public relations -- Iran -- Case studies
رده‌بندی کنگره	: HM۷۰۸
رده‌بندی دیویی	: ۳۰۲/۰۹۵۵
شماره کتبشناسی ملی	: ۵۷۲۲۴۷۲

عنوان تاثیر سرمایه اجتماعی بر عملکرد روابط عمومی

مؤلف: علی الوندی

نوبت چاپ اول: ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

چاپ و صحافی: آروین

قیمت: ۱۵۰۰۰ تومان

شماره شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۵۰۶-۷۵-۰

کلیه حقوق مادی و معنوی محفوظ است.



انتشارات سرمادی



تلفن: ۰۹۱۰۱۱۱۱۲۳۲

۴۴-۶۶۴۸۷۳۴۰

صندوق پستی: ۱۴۴-۱۳۱۴۵

آدرس: خیابان انقلاب، خیابان دوازده فروردین - پلاک

۲۸۳، مجتمع کتاب فروردین طبقه منهای دو - واحد ۳۱

www.sarmadipress.com

mts@sarmadipress.com

وب سایت:

پست الکترونیکی:

ISBN:978-964-2506-75-0

شابک: ۹۷۸-۹۶۴-۲۵۰۶-۷۵-۰

فهرست مطالب

۱۱	فصل اول: کلیات پژوهش
۱۱	۱-۱- مقدمه
۱۲	۱-۲- بیان مسأله
۱۶	۱-۳- اهمیت و ضرورت پژوهش
۱۸	۱-۴- سوالات پژوهش
۱۸	۱-۵- اهداف پژوهش
۱۹	۱-۶- فرضیه های تحقیق
۱۹	۱-۷- تعریف مفاهیم پژوهش
۱۹	روابط عمومی
۲۰	عملکرد
۲۱	فصل دوم: مبانی نظری و پیشینه تجربی پژوهش
۲۱	۲-۱- سرمایه اجتماعی
۲۱	۲-۱-۱- تاریخچه سرمایه اجتماعی
۲۲	۲-۱-۲- مفهوم سرمایه اجتماعی
۲۴	۲-۱-۳- انواع سرمایه اجتماعی

- ۲۴ ۱-۳-۱-۲- سرمایه اجتماعی رسمی و غیر رسمی
- ۲۵ ۱-۳-۲- سرمایه اجتماعی متراکم و غیر متراکم
- ۲۵ ۱-۳-۳- سرمایه اجتماعی درونگرا و برونگرا
- ۲۶ ۱-۳-۴- سرمایه اجتماعی گسسته و پیوسته
- ۲۷ ۱-۳-۵- سرمایه اجتماعی زنجیره ای
- ۲۷ ۱-۴-۱- اجزای سرمایه ی اجتماعی
- ۲۷ ۱-۴-۱- اعتماد
- ۲۸ ۱-۴-۲- شبکه ها
- ۲۸ ۱-۴-۳- مهارت اجتماعی
- ۲۹ ۱-۴-۴- ارزش های مشترک
- ۳۰ ۱-۵-۱- عناصر سرمایه اجتماعی
- ۳۰ ۱-۵-۱- عنصر ساختاری
- ۳۰ ۱-۵-۲- عنصر شناختی
- ۳۱ ۱-۵-۳- عنصر رابطه ای
- ۳۱ ۱-۶-۱- ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی
- ۳۲ ۱-۶-۱- ابعاد سرمایه اجتماعی سازمانی از دیدگاه لینا بل ورن
- ۳۴ ۱-۶-۵- ابعاد سرمایه اجتماعی از دیدگاه لاکسالی
- ۳۴ ۱-۷-۱- دیدگاه های مختلف در مورد سرمایه اجتماعی
- ۳۴ ۱-۷-۱- سرمایه اجتماعی از دیدگاه رز
- ۳۵ ۱-۷-۲- سرمایه اجتماعی از دیدگاه بورديو
- ۳۶ ۱-۷-۳- سرمایه اجتماعی از دیدگاه کلمن

۳۷	۱-۲-۴- سرمایه اجتماعی از دیدگاه پوتنام
۳۸	۱-۲-۵- سرمایه اجتماعی از دیدگاه فوکویاما
۳۹	۲-۲- عملکرد
۳۹	۱-۲-۲- مفهوم عملکرد
۳۹	۲-۲-۲- ابعاد عملکرد
۴۱	۱-۲-۳- مفهوم عملکرد در نظریه‌های مختلف
۴۱	دیدگاه تحلیل آب‌ماعت
۴۴	۲-۳- روابط عمومی سازمان
۴۴	۲-۳-۱- تاریخچه روابط عمومی
۴۵	۲-۳-۲- مفهوم روابط عمومی
۴۶	۲-۳-۳- مفهوم عملکرد روابط عمومی
۴۷	۲-۳-۴- الگوهای روابط عمومی
۴۷	۲-۳-۴-۱- الگوی نمایندگی مطبوعات یا تبلیغات
۴۹	۲-۳-۴-۲- الگوی اطلاع رسانی (ارائه اطلاعات به مردم)
۵۰	۲-۳-۴-۳- الگوی دوسویه ناهم‌سنگ
۵۲	۲-۳-۴-۴- الگوی دوسویه هم‌سنگ
۵۳	۲-۳-۴-۵- الگوی صنعت روابط عمومی
۵۳	۲-۳-۴-۶- الگوی روابط عمومی حرفه‌ای
۵۴	۲-۳-۴-۷- الگوی دوسویه
۵۴	۲-۳-۴-۸- الگوی ترکیبی
۵۵	۲-۳-۴-۹- الگوی متقارن جدید

۵۶	۲-۴-پیشینه تحقیق
۵۶	۲-۴-۱-پیشینه داخلی
۵۹	۲-۴-۲-پیشینه خارجی
۶۰	۲-۵-چارچوب مفهومی
۶۵	فصل سوم: روش شناسی تحقیق
۶۵	۱-۱-مقدمه
۶۶	۱-۲-روش شناسی
۶۹	۳-۳-روش نظریه زمینه ای
۷۵	۳-۴-انتخاب نمونه ها و روش انجام کار
۷۶	۳-۵-واحد تحلیل
۷۷	۳-۶-اعتبار و پایایی
۸۱	فصل چهارم: یافته های پژوهش
۸۱	۴-۱-مقدمه
۸۲	۴-۲-شرایط یا بسترها
۸۷	۴-۳-تشریح مقوله های شریاطی
۸۷	۴-۳-۱-بدون پاسخ نگذاشتن انتظارات
۸۸	۴-۳-۲-درگیر نشدن با مسایل سطحی و روزمره
۸۹	۴-۳-۳-شفاف بودن مسایل و زارتخانه
۸۹	۴-۳-۴-ارتباطات قوی و متمر ثمر
۹۰	۴-۳-۵-نشان دادن پاسخ مناسب به رویدادها و تحولات جامعه
۹۱	۴-۳-۶-تعامل ها، راهبردها یا فرایندها

۹۳	۴-۴-تشریح مقوله های تعاملی
۹۳	۴-۴-۱-اعتماد
۹۴	۴-۴-۲-همکاری دو طرفه و مشارکت با وزارت خانه ورزش
۹۵	۴-۴-۳-ارزش های مشترک
۹۷	فصل پنجم: بحث و نتیجه گیری
۹۷	۵-۱-بحث
۹۹	۵-۲-سطر داستان
۱۱۰	۵-۳-همراهی با نتایج تحقیق پیشین
۱۰۱	۵-۴-محدودیت های تحقیق
۱۰۱	۵-۵-پیشنهادهای تحقیق
۱۰۳	منابع