

بسته دوم ترویج کشاورزی

اقتصاد و منابع طبیعی

روانشناسی اجتماعی

www.ketab.ir

سرشناسه	: شهیدی، داود، ۱۳۶۶ - گردآورنده
عنوان و نام پدیدآور	: بسته دوم ترویج کشاورزی (اقتصاد و منابع طبیعی - روانشناسی اجتماعی) / گردآورنده داود شهیدی
مشخصات نشر	: رفسنجان: سنجش و دانش، ۱۳۹۰
مشخصات ظاهری	: ۱۸۴ ص.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۲۳۲-۲۲۷-۲ (ریال) ۱۰۰۰۰
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
موضوع	: اقتصاد -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: منابع طبیعی -- راهنمای آموزشی (عالی)
موضوع	: روان شناسی اجتماعی -- راهنمای آموزشی (عالی)
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۰ ش ۸۶ ف/۱۸۰ HB
رده بندی دیویی	: ۳۳۰/۰۷۶
شماره کتابشناسی ملی	: ۲۳۷۳۰۱۵

بسته دوم ترویج کشاورزی (اقتصاد و منابع طبیعی - روانشناسی اجتماعی)

گردآورنده:	داود شهیدی
ناشر:	انتشارات سنجش و دانش
طراح جلد:	امید خندانی
نوشت چاپ:	اول، ۱۳۹۰
تیراژ:	۱۰۰۰ نسخه
قیمت:	۱۰۰۰۰ تومان
شابک:	۹۷۸-۶۰۰-۲۳۲-۲۲۷-۲

نشانی: تهران، میدان انقلاب، خیابان دانشگاه، تقاطع روانپهیر، پلاک ۱۳۶، ساختمان سنجش و دانش

تلفن: ۶۱۲۶-۲۱

www.sanjesh.ir

: کلمه حقوق مادی و معنوی چاپ این اثر محفوظ می باشد ©

فهرست مطالب

بخش اول: اقتصاد و منابع طبیعی

۱۰	اقتصاد چیست؟
۱۱	انواع نظام‌های اقتصادی
۱۲	تنظیم سازمان تولید
۱۵	منحنی‌های مطلوبیت بی تفاوتی
۱۶	تقاضای مشتق شده
۱۷	انواع کشش‌های تقاضا و طرز محاسبه آن‌ها
۱۹	تقسیم بندی تقاضا برای محصولات بر حسب کشش آن‌ها
۲۰	عوامل تعیین کننده کشش تقاضا
۲۴	کشش درآمدی تقاضا
۲۷	اثر تغییرات توام چندعاملی بر مقدار تقاضا شده از محصول
۲۹	اثر تغییرات توام چندعاملی بر مقدار تقاضا شده از محصول
۳۴	شکل منحنی عرضه محصولات کشاورزی در یک اقتصاد خود مصرفی
۳۵	شکل منحنی عرضه محصولات کشاورزی در یک اقتصاد خود مصرفی
۳۶	منحنی‌های تار عنکبوتی
۳۸	انواع منحنی‌های تار عنکبوتی
۳۹	قانون بازدهی و یا نسبت‌های متغیر
۴۰	تولید کل، تولید متوسط و تولید نهائی
۴۲	رابطه هزینه کل با مقدار محصول تولیدی -
۴۶	انواع منحنی‌های امکانات تولید
۴۸	نسبت جایگزینی نهائی دو نهاده به هم
۴۹	استهلاک نهاده‌های سرمایه‌ای
۴۹	روشنای محاسبه مبلغ استهلاک سالیانه
۵۰	قانون ریکاردو
۵۰	قانون فون تانن
۵۱	نظر به شولتز
۵۱	انراب گسترش شهرنشینی بر اقتصاد کشاورزی
۵۲	نیروی کار انسان به عنوان یک نهاده تولید
۵۶	انواع تغییرات فن آوری ماشین‌های کشاورزی
۵۸	وزنی‌های بازاربایی محصولات کشاورزی

۵۹	شاخص هزینه زندگی
۶۲	رابطه مقدار مصرف یک نهاده با مقدار تولید یک محصول
۶۳	توابع تولید با یک نهاده متغیر
۶۴	سه ناحیه یک منحنی تولید کل
۶۷	بسته بندی محصولات کشاورزی
۷۰	قیمت گذاری محصولات کشاورزی
۷۰	حاشیه بازاریابی
۷۱	سهم تولید کنندگان از قیمت پرداختی مصرف کنندگان
۷۲	تست

بخش دوم: روانشناسی اجتماعی

۷۶	فصل اول: روان شناسی اجتماعی چیست؟
۷۶	تعریف روان شناسی اجتماعی
۷۷	عوامل موثر بر شکل گیری رفتار اجتماعی
۷۹	روان شناسی اجتماعی: پیش از مرحله علمی شدن
۷۹	روان شناسی اجتماعی: دوره رشد
۷۹	روان شناسی اجتماعی: پیشگامان
۸۰	پژوهش های مردم شناسان
۸۲	فصل دوم: شیوه های جامعه پذیری
۸۲	جامعه پذیری انتظاری
۸۲	باز جامعه پذیری (دوباره اجتماعی شدن)
۸۳	عوامل یا کارگزاران جامعه پذیری
۸۴	طبقه اجتماعی، دیگر عامل جامعه پذیری
۸۵	نظریه خود آیین های کولی
۸۵	نظریه نقش پذیری مید
۸۶	نظریه های روان شناختی جامعه پذیری
۸۶	نظریه جامعه پذیری فروید
۸۶	نظریه شناختی رشد بیاژه
۸۸	فصل سوم: فرهنگ و شخصیت
۸۸	عناصر اساسی فرهنگ
۹۲	فصل چهارم: تعریف گروه اجتماعی و معیارهای آن
۹۳	انواع رهبری
۹۴	کنش متقابل اجتماعی، اساس زندگی گروهی
۹۶	عوامل روانی مؤثر در ارتباطات انسانی
۹۸	فصل پنجم: رفتار جمعی
۹۸	رفتار جمعی
۹۸	عوامل مؤثر بر کنش جمعی

۱۰۰		نظریه واگیری اجتماعی
۱۰۱		نظریه هنجار غیر منتظره
۱۰۱		انواع جماعت
۱۰۲		نقش رهبری و فرماندهی در هراس اجتماعی
۱۰۳		فصل ششم: نظریه‌ها در روان‌شناسی اجتماعی
۱۰۳		نظریه‌های محرک و پاسخ (ارتباطی)
۱۰۴		تقویت جانشینی (یادگیری اجتماعی)
۱۰۴		نظریه‌های شناختی (گشتالتی)
۱۰۶		نظریه ناهماهنگی شناختی
۱۰۸		فصل هفتم: تعریف نگرش
۱۰۸		شکل‌گیری نگرش‌ها
۱۱۲		فصل هشتم: افکار عمومی
۱۱۲		تعریف افکار عمومی
۱۱۷		فصل نهم: تبلیغات
۱۱۷		انواع تبلیغات
۱۱۸		فرق تبلیغات با ارشاد
۱۱۹		پیام رسان و ویژگی‌های آن
۱۲۰		فصل دهم: شایعه
۱۲۰		تعریف شایعه
۱۲۱		فرایند شکل‌گیری شایعه
۱۲۱		انواع شایعه
۱۲۳		فصل یازدهم: پر خاش
۱۲۳		انواع پر خاشگری
۱۲۴		نظریه زیستی پر خاشگری
۱۲۴		نظریه ناکامیپر خاشگری
۱۲۵		نظریه ناکامیپر خاش تجدید نظر و اصلاح شده
۱۲۵		نظریه یادگیری اجتماعی
۱۲۷		فصل دوازدهم: از خود بیگانگی
۱۲۷		مفهوم و تعریف از خود بیگانگی
۱۲۸		مشخصات اصلی از خود بیگانگی
۱۲۹		جامعه‌شناسی روستایی
۱۳۴		فشرده‌ی اجتماعی در روستا
۱۳۴		اصلاحات ارضی در ایران
۱۳۴		هدف عمده اصلاحات ارضی در ایران:
۱۳۶		جامعه روستایی بعد از انقلاب اسلامی

۱۳۹	«بخش اول توسعه و توسعه روستایی»
۱۳۹	فصل اول: تعاریف و مفاهیم
۱۳۹	تعریف توسعه و توسعه روستایی
۱۴۰	ضرورت و اهمیت توسعه روستایی
۱۴۲	فصل دوم: شاخصهای توسعه روستایی
۱۴۲	مفهوم شاخص
۱۴۲	ویژگیهای شاخص
۱۴۳	هدف از گردآوری و ارائه شاخصها
۱۴۴	مجموعه شاخصها
۱۴۶	ساختار و عملکرد اقتصادی
۱۴۷	بهریستی و عدالت اجتماعی
۱۴۹	محیط و پایداری
۱۵۰	«بخش دوم دیدگاههای نظری متداول در باب توسعه و توسعه یافتگی»
۱۵۰	فصل اول: دیدگاه نوسازی
۱۵۰	بررسی آرای برخی از متفکران مکتب نوسازی
۱۵۲	اعتبار تجربی نظریه نوسازی
۱۵۲	مطالعات لانگ در آفریقای مرکزی
۱۵۲	مسائل دگرگونی و تداوم
۱۵۳	اعتبار نظری و روش شناسی دیدگاه نوسازی
۱۵۴	منه‌پوم سازی قومیشپری از دگرگونی اجتماع
۱۵۵	دوگانگی اقتصادی
۱۵۵	نقدی بر دیدگاه نوسازی
۱۵۷	مدرنیته: طرح ناتمام، شدید و بعد
۱۵۷	مدرنیته بازاندیسی شده
۱۶۲	فصل دوم: موانع اجتماعی و فرهنگی توسعه روستایی
۱۶۲	نظریه خرده فرهنگ دهفانی به مثابه مانع توسعه
۱۶۳	عدم اعتماد متقابل در روابط شخصی
۱۶۷	انقادات بر نظریه خرده فرهنگ دهفانی
۱۶۸	تعقید: «خبر محدود» به مثابه مانع فرهنگی توسعه
۱۷۰	فصل سوم: شرایط ساختنی و ملزومات توسعه
۱۷۰	زهد مذهبی و تقلبات به عنوان ملزومات
۱۷۱	حد بر ویر و کاربرد آن در جهان سوم
۱۷۳	فصل چهارم: توسعه نیافتگی و نظریه وابستگی
۱۷۳	ریشه های فکری وابستگی
۱۷۳	نظریه وابستگی
۱۷۵	انتقاد وارد بر نظریه وابستگی

۱۷۷	 فصل پنجم: دیدگاه نظام جهانی
۱۷۷	 خاستگاه اندیشه نظام جهانی
۱۷۷	 مبانی روش شناختی نظری نظام جهانی
۱۷۸	 ساختار نظام جهانی و فرایندهای آن
۱۷۸	 تحلیل طبقاتی در نظام جهانی
۱۷۹	 توسعه تاریخی نظام جهانی
۱۸۰	 نقد دیدگاه نظام جهانی
۱۸۱	 «بخش سوم استراتژیهای توسعه روستایی»
۱۸۱	 فصل اول: رهیافت های توسعه روستایی و برخی تجارب
۱۸۱	 روش بهبود
۱۸۳	 -نتایج کلی حاصله از استراتژی
۱۸۳	 شیوه دگرگون سازی: