

عنوان مقاله:

طراحی مدل ارتباطی روابط عمومی و رسانه های اجتماعی در سازمان های ورزشی ایران

محل انتشار:

سومین همایش بین المللی پژوهش های نوین در علوم ورزشی و تربیت بدنی (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 16

نویسندگان:

مینا ریسی - دانشجوی دکتری مدیریت ورزشی ، دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

نیما ماجدی - استاد یار و عضو هیئت علمی دانشگاه آزاد اسلامی قزوین

خلاصه مقاله:

هدف این تحقیق طراحی مدل ارتباطی روابط عمومی و رسانه های اجتماعی در سازمان های ورزشی ایران است. در این تحقیق کیفی، فهم نحوه استفاده سازمان های مورد مطالعه از اطلاعات برای تصمیمات کاری؛ به خصوص برای بررسی نحوه استفاده مدیران از رسانه های اجتماعی برای گرفتن تصمیماتی در ارتباط با سازمانهای ورزشی مورد بررسی قرار می گیرد. این پژوهش به علت فقدان مطالعات کیفی در باب نقش روابط عمومی و رسانه های اجتماعی باعث شده است که پژوهشگر برای دستیابی به چیرستی این مقوله و آگاهی و شناخت لازم در این باب از پژوهش کیفی (تحلیل تم) استفاده نماید و به درک وسیع و جامعی از معانی که افراد به طور روزمره تجربه می کنند دست یابد. تحقیق کیفی به جای اندازه گیری و ارزیابی پدیده ها با معنای آنها سر و کار دارد و در این پژوهش با مدیران سازمانهای ورزشی که بصورت مستقیم با کارکنان درگیر بودند مصاحبه انجام شده است. این پژوهش در صدد آن بود تا دریابد کاربردهای واقعی نحوه استفاده سازمان ها از روابط عمومی و رسانه های اجتماعی به عنوان شکلی از ارتباطات جهت اتخاذ تصمیمات مربوط به روابط عمومی چگونه است. اگر چه در این راه محدودیت هایی نظیر شرکت نکردن برخی از مدیران سازمان های ورزشی جهت محرمانه ماندن نام و خط مشی سازمان آن ها یا عدم بی اطلاعی عمده ای از آن ها نیز وجود دارد.

کلمات کلیدی:

روابط عمومی، رسانه های اجتماعی، سازمان های ورزشی ایران

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/855932>

