

عنوان مقاله:

ارائه مدل ارتباطی مدیران بازرگانی با افراد زیر مجموعه در فرهنگ اسلامی

محل انتشار:

مجله مدیریت فرهنگ سازمانی، دوره 20، شماره 1 (سال: 1401)

تعداد صفحات اصل مقاله: 28

نویسندگان:

محمد ایدی - استادیار گروه مدیریت بازرگانی، دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

زهرا حیدر نژاد - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

فاطمه فاضل پور - کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی دانشگاه ایلام، ایلام، ایران

خلاصه مقاله:

این پژوهش با هدف تبیین و تحلیل مولفه‌های ارتباطی مدیران با زیردستان در رویکرد دینی انجام شد. روش تحقیق کیفی بود که از رویکرد تحلیل مضمون به منظور استخراج مضامین مورد نیاز از منابع دینی مرتبط با ارتباطات استفاده شده است. جامعه آماری این تحقیق شامل کتب (قرآن کریم و نهج البلاغه) و مقالات در حوزه اسلام و سیره معصومین (ع) بود. نمونه آماری نیز کتب و مقالات علمی در حوزه یادشده بودند. در مرحله نخست کدگذاری توصیفی به عنوان مضامین پایه‌های صورت گرفت و در مرحله کدگذاری تفسیری مضامین پایه طبقه بندی شد که آن‌ها را مضامین سازمان دهنده گویند. آخرین مرحله، تعیین مضمون فراگیر بود که همه مضامین پیش گفته را در بر می‌گیرد. در نهایت این پژوهش منجر به شناسایی ۵۶ مضمون توصیفی و ۱۸ مضمون سازماندهنده و ۶ مضمون فراگیر شد. از مولفه‌های اصلی به تقویت سعه صدر، شایسته سالاری، و دوری از تکبر میتوان اشاره کرد.

کلمات کلیدی:

ارتباطات، ارتباطات اسلامی، ارتباطات موثر، شایسته سالاری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1550915>

