

1) Caractéristiques du cas (section 3.1 du guide)

Objectifs de la mesure du CS

Identification de l'activité génératrice de CS

Caractéristiques de l'activité

Population cible

Durée

Périodicité

Intensivité

Nombre de participants

Types de liens sociaux (bonding, bridging, linking)

Principaux facteurs de CS

2) Questionnaire

Moment(s) de diffusion (section 3.2 du guide)

- Avant et après
- Après
- Périodique

Population cible (section 3.3 du guide)

Outil(s) de diffusion (section 3.4 du guide)

- En ligne
- Imprimé
- Les deux

Construction du questionnaire (section 3.5 du guide)

Exemples de questions de mesure du CS (voir répertoire)

Exemples de questions sociodémographiques (voir répertoire)

Les questions doivent-elles être adaptées à la population cible? Si oui, dans quelle mesure?

Modes de partage du questionnaire (section 3.6 du guide)

3) Réflexion sur l'analyse et la diffusion des résultats (sections 3.7 et 3.8 du guide)

Quels indicateurs devraient être mesurés pour permettre l'atteinte des objectifs initiaux? (types de liens et/ou facteurs)

Quelles analyses croisées devraient être produites entre le capital social et les données sociodémographiques?

À qui devrait-on diffuser les résultats de l'analyse, et dans quel format?