

به نام خدا

مبانی

مدیریت دانش

در سازمانها

دکتر علی رضا مدانلو جویباری - مصطفی محمدی
روح اله گرایلی درونکلا - سجاد صالحی

با مقدمه

دکتر مجتبی طبری



نشر مهربان نیکا

۱۳۹۴

عنوان و نام پدیدآور	: مبنای مدیریت دانش در سازمان ها
مشخصات نشر	: نکا : نشر مهربان نیکا، ۱۳۹۳.
مشخصات ظاهری	: ۳۱۰ ص.: نمودار
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۷۴۲۵-۳۹-۹
وضعیت فهرست نویسی	: فیهای مختصر
یادداشت	: فهرست نویسی کامل این اثر در نشانی: http://opac.nlai.ir قابل دسترسی است
یادداشت	: پدیدآورندگان: علیرضا مداللو جویباری، مصطفی محمدی، روح اله گرایلی درونکلا، سجاد صالحی.
شناسه افزوده	: مداللو جویباری، علیرضا، ۱۳۵۲ -
شماره کتابشناسی ملی	: ۳۸۱۴۳۱۷



نشر مهربان نیکا

عنوان کتاب: مبنای مدیریت دانش در سازمانها

پدید آورندگان: دکتر علیرضا مداللو جویباری- مصطفی محمدی - روح اله گرایلی درونکلا- سجاد صالحی

ناشر: مهربان نیکا

طراح جلد: سیده مهلا حسینی شهیرزادی

صفحه آرا: معصومه اویسی

نوبت و سال چاپ: اول ۱۳۹۴

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

محل نشر: مازندران

چاپ و صحافی: وظیفه

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

نشانی انتشارات: صندوق پستی: ۴۸۴۱۵-۱۱۷

تلفن: ۰۹۳۰۱۵۷۲۶۳۷ - ۰۱۱۳۴۷۲۳۶۴۰

نشانی سایت: www.mehrabannika.com

Email: mehrabane.nika91@yahoo.com

حق چاپ برای انتشارات مهربان نیکا محفوظ است.

فهرست مطالب

فصل اول: مفاهیم مدیریت دانش

مقدمه	۱۳
مفهوم دانش	۱۳
شکلهای صریح و ضمنی دانش	۱۷
سلسله مراتب کارکردی دانش	۱۹
تقسیم بندی معرفت شناختی دانش	۲۱
دانش به عنوان توانایی اقدام	۲۲
جریان دانش	۲۲
خصوصیات دانش	۲۳
تعریف مدیریت دانش	۲۴
چرا دانش باید مدیریت شود؟	۳۰
ماهیت دانش سازمانی	۳۰
اقتصاد دانشی چیست؟	۳۲
اداره اقتصاد دانشی با مدیریت دانش	۳۳

فصل دوم: سیکل مدیریت دانش

مقدمه	۳۷
راهبرد دانش در مقابل راهبرد مدیریت دانش	۳۷
چرایی و اهمیت راهبرد دانش	۳۸
عناصر پایه در تعیین راهبرد	۴۰
مسائل پایه در تعیین راهبرد دانش	۴۲
تعیین راهبرد دانش	۴۴
گام اول: تعیین حیطه های کاری	۴۴
گام دوم: تعیین قلمرو های دانش که مرتبط با محتوای حیطه های کاری می باشند	۴۵
گام سوم: تعیین مهمترین شاخص های کلیدی کارائی در حیطه های کاری	۴۶

گام چهارم: تجزیه و تحلیل میزان تاثیر جاري و آينده هر يك از قلمروهاي دانش بر شاخص هاي كليدي

كارائي ۴۶

گام پنجم: ارزيابي قلمروهاي دانش براساس معيارهاي تخصص، مستند سازي و توزيع ۴۷

گام ششم: برنامه عملياتي راهبرد دانش ۴۸

نكاتي در باب سازماندهي فرايند تعيين راهبرد دانش ۴۸

عوامل موفق ساز راهبرد دانش ۴۹

الگوهاي راهبرد مديريت دانش ۵۱

راهبرد هاي مديريت دانش نوناكا و تاكاشي ۵۲

مطالعات هانسن و ديگران ۵۵

مطالعات بات ۶۲

الگوهاي راهبرد دانش ۶۶

مطالعات بيرلي و چاركرابارتي ۶۷

مطالعات زاك ۶۹

مطالعات دي پابلوس ۶۹

مطالعات بيرلي و دالي ۷۰

فصل سوم: استراتژي هاي مديريت دانش

مقدمه ۷۹

استراتژيهاي مديريت دانش ۸۱

ساختار سازماني براي مديريت دانش ۸۵

الگوهاي استراتژي مديريت دانش ۸۶

مطالعات هانسن و همكاران (۱۹۹۹ ميلادي) ۹۰

مطالعات كستن (۲۰۰۷ ميلادي) ۹۶

مقايسه استراتژي مديريت دانش با استراتژي مديريت اطلاعات ۹۷

ديدگاه پويا در استراتژي مديريت دانش ۹۹

ارتباط استراتژي مديريت دانش با فرايند خلق دانش ۱۰۰

۱۰۰	استراتژی مدیریت دانش:
۱۰۲	تحلیل شکاف
۱۰۴	شکاف استراتژی و شکاف دانش
۱۰۶	تدوین استراتژی دانش
۱۰۸	استراتژی شخصی سازی
۱۰۹	استراتژی کدگذاری (تدوین)
۱۱۲	استراتژی رمز گذاری (تدوین)
۱۱۲	استراتژی شخصی سازی (بادل دانش فردی)
۱۱۶	استراتژی های کسب و کار
۱۱۸	استراتژی های منابع انسانی

فصل چهارم: کاربرد مدیریت دانش در سازمان

۱۲۷	مقدمه
۱۲۹	ده عامل موفقیت مدیریت دانش در سازمانها
۱۳۸	اهمیت نیاز به مدیریت دانش در سازمانهای دولتی
۱۳۹	مزایای سازمان متاثر از مدیریت دانش
۱۴۰	موانع استقرار مدیریت دانش در سازمانها
۱۴۱	راهکارهای لازم جهت استقرار مدیریت دانش در سازمان
۱۴۳	یک نمونه سازمان دانش محور
۱۴۴	مدیریت دانش در شرکتهای چند ملیتی سنتی
۱۴۴	مدیریت دانش و IT در شرکتهای چند ملیتی سنتی
۱۴۵	مدیریت دانش در شرکتهای چند ملیتی شبکه ای (شبکه های دانش)
۱۴۶	مدیریت دانش در شرکتهای کسب و کار الکترونیک
۱۴۷	الزامات مدیریتی

فصل پنجم: الگوها و مدل های مدیریت دانش

۱۵۱	مقدمه
-----	-------

۱۵۲	ویژگیهای یک مدل معماری دانش موفق
۱۵۸	تحلیل مدل‌های معماری مدیریت دانش
۱۶۰	الگوی عمومی دانش

فصل ششم: اصول مدیریت دانش و مزیتها و چالش‌ها

۱۶۵	اصول مدیریت دانش
۱۶۵	عوامل موفقیت مدیریت دانش
۱۶۷	کاربرد دانش
۱۶۸	نقشه دانش
۱۶۹	نقشه‌های مفهومی و ذهنی
۱۷۰	نقشه‌های علی
۱۷۰	نقشه‌های منابع دانش
۱۷۰	نقشه‌های جریان دانش
۱۷۱	نقشه‌های توسعه دانش
۱۷۴	چالش‌ها و موانع مدیریت دانش
۱۷۷	مزایای مدیریت دانش
۱۸۰	یادگیری فردی و سازمانی
۱۸۲	تسهیم دانش
۱۸۴	اهمیت تسهیم دانش
۱۸۵	موانع تسهیم دانش
۱۸۶	تکنیک‌های تسهیم دانش
۱۸۷	مفهوم سازی تسهیم دانش از دیدگاه سرمایه اجتماعی
۱۸۸	مفهوم سازی تسهیم دانش از دیدگاه رفتار شهروند سازمانی
۱۸۹	مفهوم سازی تسهیم دانش از دیدگاه فرهنگ سازمانی

فصل هفتم: مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری

۱۹۵	مقدمه
-----	-------------

۱۹۶	 مدیریت ارتباط با مشتری
۱۹۹	 مدیریت ارتباط با مشتری و مدیریت دانش
۱۹۹	 عوامل موثر بر موفقیت مدیریت ارتباط با مشتری
۲۰۳	 جریانه‌های دانش در فرآیند CRM
۲۰۴	 مدیریت دانش مشتری
۲۰۷	 نقشه فرآیند CRM
۲۰۷	 چارچوب پیشنهادی برای اجرا

فصل هشتم: مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده

۲۱۳	 مقدمه
۲۱۵	 مدیریت دانش و سازمان یادگیرنده
۲۱۷	 عناصر ایجاد سازمان یادگیرنده
۲۱۸	 مدیریت دانش در سازمانهای یادگیرنده
۲۲۱	 نتیجه گیری

فصل نهم: مدیریت دانش و تفکر استراتژیک

۲۲۵	 مقدمه
۲۲۷	 مفهوم تفکر استراتژیک
۲۳۴	 ابعاد تفکر استراتژیک
۲۳۴	 بُعد محتوایی
۲۴۰	 بُعد فرآیندی
۲۴۳	 پژوهش‌های صورت گرفته در خصوص مدیریت دانش و تفکر استراتژیک

فصل دهم: مدیریت دانش و سرمایه‌های انسانی

۲۶۳	 مقدمه
۲۶۴	 مدیریت دانش و رقابت پذیری تجاری
۲۶۶	 مدیریت استراتژیک و مدیریت عملیاتی
۲۶۷	 گامهای مدیریت دانش

۲۶۹ سرمایه انسانی و رقابت پذیری سازمانی

فصل یازدهم: آینده مدیریت دانش

۲۷۹ مقدمه

۲۸۰ الزامات سیستم های مدیریت دانش

۲۸۲ سازمانهای آینده و مدیریت دانش

۲۸۶ آینده مدیریت دانش

۲۹۲ اهداف سیستم های مدیریت دانش پویا

۲۹۴ منابع

www.ketab.ir

در فضای کسب و کار جدید عوامل گوناگونی می‌توانند برای شرکت‌ها و سازمان‌ها مزیت رقابتی ایجاد کنند. بسیاری از این عوامل از نظر استمرار و پایداری عمر کوتاهی دارند و شرکت‌ها ناچارند همیشه در پی خلق پدیده‌های جدیدی باشند در این میان نقش عامل دانش بسیار کلیدی و حیاتی است به این معنی که اگر شرکتی بتواند به این درجه از توسعه یافتگی برسد و دانش مورد نیاز را خود تولید نماید از نظر پایداری و ثبات در بهره‌برداری از مزیت رقابتی فاصله‌ای فراوان میان خود و دیگر رقبای ایجاد می‌نماید، دانش یک دارایی نامشهود است و مدیریت بر آن می‌تواند نقش کلیدی در حفظ برتری شرکت در فضای رقابتی ایجاد نماید این کتاب از این منظر می‌تواند مورد استفاده مدیران و دانش‌پژوهان گرامی قرار گیرد و مطالعه آن توصیه می‌گردد.

دکتر مجتبی طبری