

بسم الله الرحمن الرحيم

مفاهمی از جهت گیری بازار، شایستگی پادشاه و نوآوری

مؤلف:

رقيه صادقي شيخ جاني

سرنامه	صادق شیخ جانی، رقیه، ۱۳۵۴ -
عنوان و نام پدیدآور	مفاهیمی از جهت گیری بازار، شایستگی دانش و نوآوری / رقیه صادقی شیخ جانی
مشخصات نشر	تیریز: انتشارات پژوهش های دانشگاه، ۱۳۹۵
مشخصات ظاهری	۹۳ص.
شابک	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۰۴-۱۰-۵
وضعیت فهرست نویسی	فیا
موضوع	مدیریت دانش
موضوع	Knowledge management
موضوع	مدیریت -- نوآوری
موضوع	Management -- Technological innovations
موضوع	خلاقیت
موضوع	Creative ability
موضوع	بازاریابی -- مدیریت
موضوع	Marketing -- Management
شناسه افزوده	انتشارات پژوهش های دانشگاه
رده بندی کنگره	۱۳۹۵ م ۸۳۴/ص ۱۳/ HD۲۰۰/۳
رده بندی دیو	۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتابشناسی	۲۵۷۲۳۵۶

عنوان کتاب :	مفاهیمی از جهت گیری بازار، شایستگی دانش و نوآوری
تالیف :	رقیه صادقی شیخ جانی
ناشر :	انتشارات پژوهش های دانشگاه
طراح روی جلد :	نصیحه مناف زاده
صفحه آرائی :	نصیحه مناف زاده
چاپ و صفافی :	مدیران
تیراژ :	۱۰۰۰ جلد
نوبت چاپ :	اول / ۱۳۹۶
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۸۷۰۴-۱۰-۵
قیمت :	۱۰۰۰۰ تومان

انتشارات پژوهش های دانشگاه



مرکز تخصصی چاپ نشر کتب دانشگاهی ویژه اساتید و اعضای هیات علمی دانشگاه ها

آدرس دفتر مرکزی : آذربایجان شرقی، تبریز، آبرسان، مجتمع تجاری بلور، روبروی کلاتری، داخل حیاط (ضلع شرقی)، بلاک ۳۹
 تلفن های تماس بخش مدیریت : ۰۹۱۴۶۱۴۳۴۴۶۱-۴۱۳۳۲۶۲۱۱۶
 بخش امور فنی : ۰۹۱۴۵۰۱۹۸۵۰۱-۴۱۳۳۲۵۰۲۴۸
 دفتر اهر : شهرستان اهر - میدان معلم - روبروی دارایی - انتشارات پژوهش های دانشگاه / دفتر اهر
 مرکز بخش : آذربایجان شرقی، تبریز، خیابان امام، روبروی سه راه طالقانی، انتشارات شایسته
 تلفن : ۰۳۰۸۱۴۸۴۸۶
 تلفن : ۰۴۱-۳۵۵۶۱۹۶۱
www.Unpb.org / Info@unpb.org www.Pajoohesh-daneshgah.ir / Info@pajoohesh-daneshgah.ir

طبق قانون حمایت از حقوق ناشران و مولفان هر شخص حقیقی و حقوقی که تمام یا قسمتی از این اثر را بدون اجازه ناشر و مولف، نشر یا

عرضه یا تکثیر یا تجدید چاپ نماید مورد پیگیری جدی قانونی خواهد گرفت و مطابق با جرایم قوانین اسلامی برخورد خواهد شد.

فهرست

۷.....	مقدمه
	بخش اول
	جهت گیری بازار
۱۰.....	جهت گیری بازار
۱۱.....	تعریف جهت گیری بازار
۱۳.....	مفهوم جهت گیری بازار (گرایش به بازار)
۱۵.....	دیدگاههای مربوط با بازارگرایی
۱۶.....	دیدگاه کلهی و جاورسکی
۱۷.....	دیدگاه نارور و اسلاتر
۱۹.....	پیامدهای جهت گیری بازار برای سازمان
	بخش دوم
	مدیریت دانش
۲۲.....	تعاریف دانش
۲۲.....	سلسله مراتب دانش
۲۳.....	داده

۲۳	اطلاعات
۲۳	دانش
۲۴	خرد
۲۴	انواع دانش
۲۵	دانش نهفته (ضمنی)
۲۵	دانش آشکار (صریح)
۲۵	دانش فردی
۲۶	دانش جمعی
۲۶	مدلهای دانش
۲۶	مدل های شبکه
۲۶	مدلهای شناختی
۲۷	مدل های انجمنی / ارتباطی
۲۷	مدلهای فلسفی
۲۸	تعاریف مدیریت دانش
۲۹	مؤلفه های مدیریت دانش
۲۹	اکتساب دانش
۲۹	ایجاد دانش
۳۰	ذخیره کردن دانش
۳۰	توزیع دانش
۳۰	نگهداری از دانش
۳۱	مراحل پیاده سازی سیستم مدیریت دانش در سازمان
۳۲	مدل های مدیریت دانش
۳۲	مدل هیسینگ
۳۳	مدل مارک م. مک الروی
۳۴	مدل نوناکا و تاکوچی
۳۷	مدل بک من
۳۸	اهداف مدیریت دانش

۳۸	دستاوردهای سیستم مدیریت دانش برای سازمانها
۳۹	عوامل پیاده سازی موفقیت آمیز مدیریت دانش در سازمان
۳۹	ایجاد ساختار سازمانی مناسب
۴۰	فراهم نمودن بستر فرهنگی مناسب
۴۱	فراهم نمودن زیر ساخت تکنولوژیک
۴۱	مدیریت دانش در مقابل فرآیند مهندسی مجدد

بخش سوم

نوآوری سازمانی

۴۴	تعاریف نوآوری
۴۵	تعاریف خلاقیت
۴۶	تعریف خلاقیت از دیدگاه انجمنی
۴۷	ترغیب خلاقیت
۵۰	تفاوت تعریف خلاقیت و نوآوری
۵۰	مزایای خلاقیت و نوآوری
۵۲	تکنیک های تقویت خلاقیت و نوآوری در سازمان
۵۶	مبانی نوآوری در سازمان
۵۷	انواع نوآوری از دیدگاه سازمان و به صورت کاربردی
۵۸	مؤلفه های نوآوری سازمانی تید و همکاران
۶۲	نوآوری سازمانی و مدیریت دانش

بخش چهارم

عملکرد سازمان

۶۶	عملکرد
۶۶	عملکرد سازمانی
۶۷	عوامل موثر بر عملکرد
۶۸	ارزیابی عملکرد
۶۹	تعریف ارزیابی عملکرد
۷۰	ضرورت و اهمیت ارزیابی عملکرد

کارت امتیازدهی متوازن ۷۱

بخش پنجم

پیشینه تحقیق

تحقیقات داخلی ۷۶

تحقیقات خارجی ۸۰

منابع ۸۳

www.ketab.ir

بیشتر شرکت‌هایی که به دنبال یافتن راه‌های جدید کسب و حفظ مزیت رقابتی‌اند به نقش کلیدی ارزش مشتری پی می‌برند. شناخت نیازها و انتظارات مشتریان و پاسخگویی به تغییرات ایجاد شده در بازار نقش کلیدی در موفقیت شرکت بازی می‌کند. موفقیت در فضای رقابتی موجود مستلزم این است که بیش از پیش به رویکردها، طرح‌ها و برنامه‌های بازاریابی روی بیاورند. زیربنای بازاریابی در هر کسب و کاری میزان باور و توجه مدیریت آن به مقوله جهت گیری بازار به شمار می‌رود. در سالهای اخیر، سازمانها و شرکت‌های مختلف، پیوستن به مدیریت دانش را آغاز کرده‌اند و ناهیم جدیدی چون کار دانشی، دانش کار، مدیریت دانش، و سازمانهای دانشی خبر از شدن یافتن این روند می‌دهند. پیر دراکر^۱ با به کارگیری این واژگان خبر از ایجاد نوع جدیدی از سازمانها می‌دهد که در آنها به جای قدرت بازو قدرت ذهن حاکمیت دارد. بر اساس این نظریه در آینده جوامعی می‌توانند انتظار توسعه و پیشرفت داشته باشند که از دانش بیشتری برخوردار باشند. به این ترتیب برخلاف گذشته، دانش از منابع طبیعی نمی‌تواند به اندازه دانش مهم باشد. سازمان دانشی با مدیریت دانش قوی به توانمندیهایی دست می‌یابد که قادر است از نیروی اندک قدرتی عظیم بسازد:

از طرفی، در عصر حاضر سازمان‌ها به صورت فزاینده‌ای با مشکلاتی روبرو و در حال تغییر مواجه‌اند. بنابراین، به منظور بقا و پویایی خود مجبورند که خود را با تغییرات محیطی سازگار سازند. به بیان دیگر، با توجه به سرعت شتابنده تغییرات و تحولات علمی، تکنولوژیک، اجتماعی، فرهنگی و... در عصر حاضر، سازمان‌هایی موفق و کارآمد محسوب می‌شوند که علاوه بر هماهنگی با تحولات جامعه امروزی، بتوانند مسیر تغییرات و دگرگونی‌ها را نیز در آینده پیش‌بینی کرده و قادر باشند که این تغییرات را در جهت ایجاد تحولات مطلوب برای ساختن آینده‌ای بهتر هدایت کنند، به عبارتی نوآوری سازمانی را ارتقا دهند.

با توجه به نتایج تحقیقات مختلف در این زمینه، امروزه دانش به عنوان دارایی رقابتی کلیدی و ارزشمندی شناخته شده که مبنای رشد پایدار و رمز حفظ مزیت رقابتی ماندگار یک سازمان به شمار می‌رود. فرآیند نوآوری شدیداً به دانش وابسته بوده و مدیریت دانش و سرمایه انسانی باید عنوان یک عامل اساسی در هر نوع تجارتي مدنظر قرار گیرد. مدیریت دانش و نوآوری هر دو می‌توانند برای سازمان خلق ارزش کرده و عملکرد سازمانی را بهبود بخشند.

شناخته رابطه بین جهت‌گیری بازار، مدیریت دانش و نوآوری می‌تواند تضمین‌کننده رشد، کارایی و اثربخشی بالاتر صنایع مختلف بخصوص صنعت غذایی بوده و نهایتاً رشد اقتصادی کشور را با توجه به اهمیت این صنعت به دنبال داشته باشد. یک سازمان با جهت‌گیری بازار و مشتری‌مداری و مدیریت دانش از منابع خود به صورت کارا تر استفاده نموده و در نتیجه نوآورتر بوده و عملکرد بهتری سرانجام می‌دهد. هدف از تالیف این کتاب آشنایی با مفاهیم جهت‌گیری بازار، شایستگی دانش و نوآوری در عملکرد سازمان‌ها بوده و می‌تواند برای کلیه دانشجویان رشته مدیریت بازرگانی در مقطع کارشناسی و کارشناسی ارشد مورد استفاده قرار گیرد.

با احترام

رقيه صادقي شيخ جاني