

بسم الله الرحمن الرحيم



انتشارات
فرهنگستان
دانشگاه

نقش مدیریت دانش در تغییر سازمانی

پدیدآورندگان:

یاسر حیدری

سید حسین موسوی

پریسا خواجه نژاد

کلیه حقوق مادی و معنوی این کتاب برای انتشارات فرهنگستان دانشگاه محفوظ است و هیچ شخص حقوقی یا حقیقی حق چاپ و نشر تمام یا بخشی از این اثر را بدون موافقت کتبی ناشر و پدیدآورندگان به هر صورت اعم از فیزیکی، الکترونیک، جزوه و نشر در فضای مجازی ندارد و متخلفین به موجب بند ۵ ماده ۲ قانون حمایت از ناشرین مصوب مجلس محترم شورای اسلامی تحت پیگرد قانونی قرار می گیرند.

سرشناسه :	حیدری، یاسر، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور :	نقش مدیریت دانش در تغییر سازمانی/ پدیدآورندگان یاسر حیدری، سیدحسین موسوی، پریسا خواجه‌نژاد.
مشخصات نشر :	تهران: فرهیختگان دانشگاه، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری :	۱۱۰ ص.
شابک :	۱۵۰۰۰ ریال 978-600-235-111-1
وضعیت فهرست نویسی :	قیفا
موضوع :	مدیریت دانش
موضوع :	Knowledge management
موضوع :	مدیریت دانش -- نوآوری
موضوع :	Knowledge management -- Technological innovations
موضوع :	یادگیری سازمانی -- مدیریت
موضوع :	Organizational learning -- Management
سازمان افزوده :	موسوی، سیدحسین، ۱۳۵۱ -
شماره افزوده :	خواجه‌نژاد، پریسا، ۱۳۵۴ -
بندی کنگره :	۱۳۹۶/۳۰HD ۷/۹ح
رده بندی دیوید :	۴۰۳۸/۶۵۸
شماره کتابت ملی :	۵۱۰۶۶۷۶



ناشر :	فرهیختگان دانشگاه
مدیر مسئول :	مهندس علیرضا لچینانی
عنوان کتاب :	نقش مدیریت دانش در تغییر سازمانی
پدیدآورنده :	یاسر حیدری/ سید حسین موسوی/ پریسا خواجه‌نژاد
طراحی و گرافیک :	محسن
چاپ و صحافی :	رامین
نوبت چاپ :	اول ۱۳۹۶
تیراژ :	۱۰۰ جلد
قیمت :	۱۵۰۰ تومان
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۲۳۵-۱۱۱-۱

ساختمان مرکزی : تهران، میدان انقلاب، خیابان ۱۶ آذر کوچه پارس
 پ. ۶، طبقه ۳
 تلفن روابط عمومی : ۰۹۱۲۱۳۰۸۶۳۹-۶۶۴۹۰۱۷۸-۶۶۴۹۰۱۷۹
 پایگاه اینترنتی : www.fardipub.ir

ما نه تنها در هزاره‌ی جدید، که در عصر جدید زندگی می‌کنیم. در این دوره، اصطلاحات گوناگونی مثل عصر فراصنعتی (هوبز، ۱۹۹۰) عصر اطلاعات (شاپرو و واریان، ۱۹۹۹) موج سوم (هوبز و هوبز، ۱۹۹۷) یا جامعه دانشی (دراکر، ۱۹۹۳) برای توصیف وضعیت کنونی به کار می‌روند. صرف نظر از اصطلاحات مذکور، اغلب صاحب‌نظران معتقدند که یکی از موضوعات مهم مطرح شده در این دوره، مدیریت دانش است؛ مفهومی که هیجان ایجاد کرده و باعث بحث و مناظره‌ی فراوان شده است. مدیریت دانش رویکردی است که به سرعت در حال تکامل است و به چالش‌های اخیر برای اثربشی کارایی و بهبود اثر بخشی فرایند های تجاری محور، همراه با نوآوری مستمر، توجه زیادی دارد. نیاز به مدیریت دانش براساس رشد ادراک جامعه تجاری، از این واقعیت سرچشمه می‌گیرد که دانش در عملکرد سازمانی و دسترسی به مزیت رقابتی پایدار، عنصری مهم تلقی می‌شود.

چنین تغییر جهت اساسی و در سطح بالایی، پیامدهای مهمی در فرایند های سطوح میانی و پایانی در سازمان دارد. در حقیقت، جذب و بکارگیری مفاهیم، ابزارها، تکنیک‌ها و استراتژی‌های مدیریت دانش در تحولات آینده، به منظور استقرار شرکت های دانش محور، به سادگی امکان پذیر نیست؛ چرا که نیازمند انتخاب صحیح ابزارها و تکنیک‌هایی است که به سبب هم‌هنگامی به کار گرفته شوند. به منظور انتخاب صحیح نوع تکنولوژی یا تکنیک‌ها، درک زیر ساخت های تکنولوژی موجود، ساختار سازمانی و زیر ساخت های تجاری و فرهنگی ضروری است. علاوه بر این، درک چگونگی ترکیب این اجزا برای دستیابی به کارایی و اثر بخشی سازمان، اهمیت زیادی دارد که این خود، منجر به کسب اهداف سازمانی می‌شود.

۹	فصل اول کلیات
۱۰	مقدمه
۱۲	تعاریف
۱۷	فصل دوم
۱۸	مقدمه
۱۸	تاریخچه مدیریت دانش
۲۷	مفهوم مدیریت دانش
۳۱	چهارچوب مدیریت دانش
۳۷	موانع مدیریت دانش
۴۰	فرآیند مدیریت دانش
۴۰	ایجاد دانش
۴۱	اعتبار بخشی به دانش
۴۱	سازماندهی دانش
۴۲	توزیع دانش
۴۲	کاربرد دانش
۴۳	انواع دانش سازمانی
۴۶	راهبرد دانش سازمانی
۴۷	دلایل اهمیت راهبرد دانش
۵۰	مسائل پایه در تعیین راهبرد دانش
۵۳	زیر ساخت های مورد نیاز مدیریت دانش
۵۵	اقدامات مدیریت دانش
۵۶	مدیریت تغییر چیست؟
۵۹	سه استراتژی رهبری تغییر
۶۰	فرآیند تغییر

۶۳	نقش‌های درگیر در فرآیند تغییر
۶۴	معیارهای اجرای تغییر
۶۵	مقاومت در برابر
۶۹	ماهیت تغییر سازمانی
۷۰	عوامل اصلی تغییر
۷۱	مدیریت تغییر سازمانی
۷۲	اهداف سازمانی برای تغییر
۷۳	مراحل تغییر برنامه‌ریزی شده
۷۵	استراتژی تغییر برنامه ریزی شده
۸۵	فصل سوم یافته‌های علمی
۸۷	مقدمه
۸۷	معادلات ساختاری
۱۰۱	تبیین مدل ساختاری جامع
۱۰۴	نتیجه‌گیری
۱۰۵	پیشنهاد‌های ناشی از نتایج
۱۰۷	منابع