

رسانه‌های اجتماعی و مدیریت دانش

زهرا کیان راد

دانشجوی دکتری دانشگاه تهران

اسیما آلا اندایش

عضو هیات علمی دانشگاه خوارزمی فارس



انتشارات ۱۰۰ بزرگ

۱۳۹۷ خورشیدی

سرشناسه	: کیان‌راد، زهرا، ۱۳۶۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: رسانه‌های اجتماعی و مدیریت دانش/زهرا کیان‌راد، سیف‌الله اندایش.
مشخصات نشر	: بوشهر: انتشارات ۱۰۰ [صد] برگ، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۰۰ ص.: جدول، نمودار.
شابک	: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۷۲۲-۷-۱
واحد ثبت فهرست‌نویسی	: فیبا
موضوع	: رسانه‌های اجتماعی
موضوع	: Social media
موضوع	: مدیریت دانش
موضوع	: Knowledge management
شناسه افزوده	: اندایش، سیف‌الله، ۱۳۶۳ -
رده بندی کنگره	: HM۷۲۴/ک۹-۸۱۳
رده بندی دیویی	: ۰۰۲/۳۱
شماره کتابشناسی ملی	: ۵۱۵۷۵۲۹



رسانه‌های اجتماعی و مدیریت دانش

نویسندگان: زهرا کیان‌راد و سیف‌الله اندایش

ناشر: انتشارات ۱۰۰ برگ

چاپ اول: ۱۳۹۷

تعداد: ۱۰۰۰

قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۹۶۷۲۲-۷-۱

دفتر فروش: بوشهر خیابان امام خمینی - خیابان فردوسی (پل پور درویش) کتابسرای باران

تلفن: ۰۷۷۳۳۳۲۴۶۷۵ - ۰۹۳۳۷۶۹۹۴۵۹۹ www.nashr۱۰۰barg.ir

فهرست مندرجات

۷	فصل اول
۸	مقدمه
۸	داده
۱۰	انواع داده‌ها از نظر ساخت یافتگی
۱۰	انواع داده در یک سازمان
۱۳	میزان ارتباط داده با کد ب و ک
۱۴	داده‌های بزرگ
۱۵	تعاریف داده‌های بزرگ
۱۶	تفاوت داده‌های بزرگ و هوش تجاری
۱۷	تجزیه و تحلیل در داده‌های بزرگ
۱۷	روش‌های تحلیل داده‌ها در داده‌های بزرگ
۲۰	چالش‌های داده‌های بزرگ
۲۱	کاربرد مهم داده‌های بزرگ
۲۴	اطلاعات
۲۷	انواع اطلاعات
۳۰	تعامل اطلاعات با مفاهیم دیگر
۳۰	اطلاعات و احتمال
۳۱	اطلاعات و بی‌نظمی

۳۱	اطلاعات و تصمیم‌گیری
۳۲	اطلاعات و ارتباطات
۳۳	دانش
۳۶	انواع دانش
۳۶	تقسیم‌بندی سطوح
۳۶	دانش ضمنی و دانش صریح
۳۹	دانش شخصی و دانش سازمانی
۴۰	انواع دانش بر مبنای کارکرد
۴۲	تقسیم‌بندی معرفت‌شناختی دانش
۴۲	دانش رسمی و دانش غیررسمی
۴۳	دانش ساختارمند و ناساختارمند
۴۴	دانش اظهاری و دانش رویه‌ای
۴۴	طبقه‌بندی دانش رابیل
۴۴	دانش اصلی و دانش فرعی
۴۵	تقسیم‌بندی دانش مک لوب
۴۵	تقسیم‌بندی دانش رابکراس و لوید برد
۴۶	ویژگی‌های دانش
۴۸	منابع دانش
۴۹	معماری دانش

۵۱	 مبانی زیرساخت دانش
۵۷	 نتیجه‌گیری
۵۹	 فصل دوم
۶۰	 پیش درآمدی بر مدیریت دانش
۶۱	 مدیریت دانش ..
۶۲	 اهداف مدیریت دانش
۶۶	 روش مدیریت دانش
۶۶	 آموزش مدیریت دانش
۶۷	 چالش‌های پیش‌روی مدیریت دانش
۶۷	 فرآیند مدیریت دانش
۶۹	 اشتراک دانش و جایگاه آن در مدیریت دانش
۷۲	 برنامه‌های مدیریت دانش و روند تولید دانش
۷۲	 الگوی تبدیل دانش نوناکا و تاکه اوچی
۷۶	 طبیعت رفتار اشتراک دانش
۷۷	 هنجار ذهنی به اشتراک‌گذاری دانش
۷۷	 ایجاد نگرش برای اشتراک دانش
۷۸	 شیوه‌های به اشتراک‌گذاری دانش
۸۰	 بسترها و مجراهای اشتراک دانش
۸۱	 بسترهای اشتراک دانش مبتنی بر فناوری‌ها

۸۲	بسترهای اشتراک دانش بدون وابسته به فناوری‌ها
۸۲	عوامل موثر بر اشتراک دانش
۸۲	الف. عوامل فردی
۸۵	ب. عوامل سازمانی
۸۸	ج. عوامل فناوری
۹۰	موانع بالقوه اشتراک دانش
۹۱	الف. موانع فردی
۹۴	ب. موانع سازمانی
۹۷	ج. موانع فناوری
۹۹	راه‌های بهبود فرهنگ اشتراک‌گذاری دانش
۱۰۵	نتیجه‌گیری
۱۰۷	فصل سوم
۱۰۸	رسانه چیست؟
۱۱۶	رسانه‌های اجتماعی چیست؟
۱۲۳	ویژگی‌های رسانه‌های اجتماعی
۱۲۴	اصول هفتگانه رسانه‌های اجتماعی
۱۲۶	تفاوت‌های رسانه‌های اجتماعی و رسانه‌های جمعی
۱۲۹	تفاوت رسانه‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی
۱۳۲	انواع رسانه‌های اجتماعی

۱۳۳	شبکه‌های اجتماعی
۱۳۷	وبلاگ
۱۴۰	میکرو بلاگینگ
۱۴۱	ویکی
۱۴۴	اینترانت
۱۴۶	سایت‌های رسانه‌گذاری اجتماعی
۱۵۱	آر. اس. اس
۱۵۲	مش‌آپ یا فناوری تلفیقی وب
۱۵۴	ابزارهای به اشتراک‌گذاری تصویر و ویدئو
۱۵۷	نتیجه‌گیری
۱۵۹	فصل چهارم:
۱۶۰	رسانه‌های اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش در سازمان‌ها
۱۶۵	رسانه‌های اجتماعی و کاربرد آن در روند به اشتراک‌گذاری دانش در میان کتابداران
۱۶۵	شبکه‌های اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش
۱۶۹	وبلاگ‌ها و اشتراک‌گذاری دانش
۱۷۲	میکرو بلاگینگ و اشتراک‌گذاری دانش
۱۷۳	ویکی و اشتراک‌گذاری دانش
۱۷۶	اینترانت و اشتراک‌گذاری دانش
۱۷۸	سایت‌های نشانه‌گذاری اجتماعی و اشتراک‌گذاری دانش

- ۱۸۰..... آر. اس. اس و اشتراک‌گذاری دانش
- ۱۸۲..... مش‌آپ یا فناوری تلفیقی وب و اشتراک‌گذاری دانش
- ۱۸۳..... سایت‌های به اشتراک‌گذاری تصویر و ویدیو و اشتراک‌گذاری دانش
- ۱۸۵..... نتیجه‌گیری
- ۱۸۶..... منابع و مآخذ