

تجاری سازی دانش مبتنی بر دوستوانی سازمانی

دکتر فرشته کردستانی

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

دکتر سیده لیلا حسینی طبقدهی

عضو هیأت علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد رامسر

اکرمه السادات یعقوبی

لیلا عابدینی پور قلمه قاضی

کارشناس ارشد مدیریت آموزشی



عنوان و نام پدیدآور :	تجاری سازی دانش مبتنی بر دوسوتوانی سازمانی/فرشته کردستانی... [و دیگران].
مشخصات نشر :	تهران: ندای کویر، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری :	۱۹۰ ص.: مصور، جدول.
شابک :	۸ - ۳ - ۹۸۳۸۹ - ۶۲۲ - ۹۷۸ - ۸۰۰۰۰ ریال
وضعیت فهرست نویسی :	فیا
یادداشت :	فرشته کردستانی، سیده لیلا حسینی طبقدهی، اکرمه السادات یعقوبی، لیلا عابدینی پور قلمعقاضی.
یادداشت :	کتابنامه: ص. ۱۸۷-۱۵۸.
موضوع :	مدیریت دانش
موضوع :	Knowledge management
موضوع :	دانشگاه ها و مدارس عالی -- برنامه ریزی
موضوع :	Universities and colleges -- Planning
موضوع :	تحول سازمانی
موضوع :	Organizational change
موضوع :	دانشگاه ها و مدارس عالی -- ایران -- جنبه های اقتصادی
موضوع :	Universities and colleges -- Iran -- Economic aspects
شناسه افزوده :	کردستانی، فرشته (۱۳۵۱-)
رده بندی کنگره :	HD ۳۰/۲
رده بندی دیویی :	۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتابشناسی ملی :	۸۰۴۸۸۲۷
اطلاعات رکورد :	فیا
کتابشناسی :	

نام کتاب: تجاری سازی دانش مبتنی بر دوسوتوانی سازمانی

تالیف: فرشته کردستانی، سیده لیلا حسینی طبقدهی، اکرمه السادات یعقوبی و لیلا عابدینی

پور قلمه قاضی، ویراستار: محمد کیفی بجستانی نوبت چاپ: اول، سال ۱۴۰۰

ناشر: تهران، ندای کویر ۰۹۱۲۲۹۹۵۲۴۴، تیراژ: ۱۰۰۰ قیمت کتاب: ۴۸۰۰۰۰ ریال



فهرست

صفحه	عنوان
۷	مقدمه
۹	مفهوم دانشگاه
۱۵	فصل اول : سیر تحول دانشگاه‌ها
۱۶	دانشگاه‌های نسل اول
۱۷	دانشگاه‌های نسل دوم
۲۰	دانشگاه‌های نسل سوم
۲۲	دانشگاه‌های نسل چهارم
۲۵	دانشگاه‌های نسل پنجم
۳۵	ساختار دانشگاه و آموزش عالی
۳۷	کارکردهای دانشگاه
۳۹	مفهوم دانش
۴۱	انواع دانش
۴۸	تجاری سازی
۶۰	ضرورت توجه به تولید دانش از طریق دانشگاه
۶۱	ضرورت تجاری سازی دانش
۶۳	سیر تحول تجاری سازی دانش
۶۵	اهمیت و ضرورت‌های انتقال تجاری دانش
۶۸	روش‌های تجاری سازی
۶۹	نقش نهادهای علمی، دانشگاهی و تحقیقاتی در فرایند تجاری سازی
۷۵	دلایل تأثیر همکاری دانشگاه با صنعت بر تجاری سازی دانش
۷۶	موانع ارتباط دانشگاه و صنعت
۷۹	مدل راندال گلد اسمیت
۷۹	مدل راث ول و زیگفیلد
۸۰	مدل کوپریا مدل مرحله دروازه
۸۲	مدل سانگ و گیسون

فهرست

عنوان	صفحه
مدل یونگ - دوکلی.....	۸۳
الگوی تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی.....	۹۳
مدل فرآیند انتقال و تجاری سازی فناوری در دانشگاه‌ها.....	۹۶
مدل چهار مرحله‌ای اجرایی فرآیند تجاری سازی فناوری.....	۹۷
مدل‌های کارکردی.....	۹۸
مطالعه لی و زیا.....	۹۹
فصل دوم:	۱۰۱
دوستوانی سازمانی.....	۱۰۲
دوستوانی نوآوری.....	۱۰۵
اهمیت دوستوانی.....	۱۰۷
اشتراک دانش و دوستوانی.....	۱۰۹
ضرورت حرکت سازمان‌ها به سوی دوستوانی.....	۱۱۰
مولفه‌های دوستوانی سازمانی.....	۱۱۱
اکتشاف و بهره‌برداری.....	۱۱۱
منشأ و چگونگی شکل‌گیری دوستوانی.....	۱۱۴
انواع دوستوانی‌های سازمانی.....	۱۱۵
بعد ترکیبی دوستوانی.....	۱۲۳
بعد تعادلی دوستوانی.....	۱۲۵
تناقص دوستوانی.....	۱۲۶
پیاده‌سازی دوستوانی سازمانی.....	۱۲۸
دوستوان شدن و رهبری دوستوان.....	۱۳۰
پسایندهای دوستوانی.....	۱۳۱
رابطه دوستوانی سازمانی و عملکرد سازمانی.....	۱۳۱

نگاهی به تاریخچه دانشگاه‌ها و سیر تحولات نظام‌های آموزش عالی نشان دهنده این موضوع است که دانشگاه‌ها و سیستم آموزش عالی همچون سایر بخش‌های جامعه همراه با روند تغییر و تحولات در جوامع بشری تغییراتی در نقش و کارکردهای خود داشته‌اند و در تلاش بوده‌اند خود را با الزامات نقش‌های جدید سازگار کنند (محمودپور، ۱۳۹۵) از جمله این تحولات، می‌توان به افزوده شدن نقش پژوهش بر وظایف سنتی دانشگاه‌ها اشاره کرد. از این پدیده با عنوان «انقلاب نخست» دانشگاه‌ها یاد می‌شود که طی آن پژوهش، افزون بر وظیفه سنتی آموزش، به کارکردهای دانشگاه افزوده شد (محمودپور و همکاران، ۱۳۹۱). انقلاب دوم در اواخر قرن بیستم بر اساس ظهور نوآوری‌های مبتنی بر علم، بوقوع پیوست (مظفری فاروق و شمسی، ۱۳۹۰)، که طی آن دانشگاه‌ها عهده‌دار مأموریت سوم؛ یعنی، مشارکت در توسعه اقتصادی گردیدند؛ یعنی، دانشگاه‌ها علاوه بر آموزش و تحقیقات، مسئولیت و وظایف اقتصادی را برعهده می‌گیرند (عباسی اسفنجانی، فروزنده دهکردی، ۱۳۹۳). پیامد انقلاب دوم علمی ایجاد اشکال مختلف همکاری با صنعت و تلاش در تجاری‌سازی نتایج تحقیقات به عنوان یک اصل بنیادی در کنار آموزش و تحقیق می‌باشد. در سال ۱۹۹۸ دولت انگلستان بطور رسمی تولید درآمد را به عنوان سومین نقش دانشگاه‌ها علاوه بر تحقیق و آموزش اعلام نموده است (کرپی و همکاران، ۱۳۹۷). در حال حاضر، این موضوع به صورت یک باور در دانشگاه‌ها دیده شده و آمارهای منتشر شده نشان می‌دهد بیش از ۶۰ درصد کل نهادهای دانشگاهی، مشارکت دانشگاه در توسعه

اقتصادی کشور را به عناوین یک اولویت در سیاست‌های دانشگاه‌ها برشمرده‌اند. از نظر اترکویتز و لیدسدرف^۱ نیز پذیرش کارکرد تجاری سازی، به عنوان یکی از وظایف اصلی دانشگاه به انقلاب آکادمی تعبیر شده است (عزتی‌راد، ۱۳۹۶). تجاری سازی فرآیند است که دانش تولید شده در دانشگاه‌ها و سازمان‌های تحقیقاتی را به محصولات قابل عرضه در بازار یا فرآیندهای صنعتی تبدیل می‌کند. این فرآیند مستلزم همکاری و تعامل جدی مراکز آموزش عالی و سازمان‌های تحقیقاتی وابسته به دولت، شرکت‌های صنعتی، سازمان‌های مالی و سرمایه‌گذاری، کارآفرینان و افراد علمی است (بواهم و هوگان، ۲۰۱۳).

www.ketab.ir

^۱ Etzkowitz & Leydesdorff

^۲ Boehm & Hogan