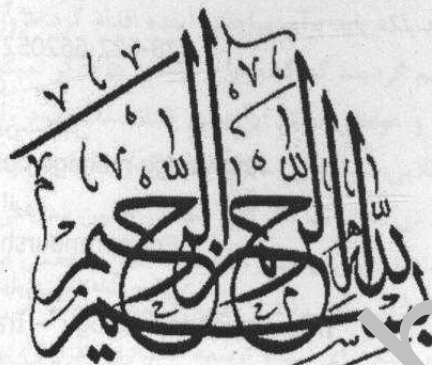


2124831



مدیریت دانش و کارآفرینی با رویکرد فناوری

مؤلفین:

مهديه بوالحسنی (کارشناس ارشد مدیریت)

مناطوسی (کارشناس ارشد مدیریت)

۰۲۱-۸۸۸۸۸۸۸۸-۸۸۸۸۸۸۸۸

۰۰۰۰۰۰۰۰۰۰

این کتاب به عنوان یکی از منابع آموزشی در رشته مدیریت و کارآفرینی در نظر گرفته شده است.

سرشناسه	:	بوالحسنی، مهدیه، ۱۳۵۹-
عنوان و نام پدیدآور	:	مدیریت دانش و کارآفرینی با رویکرد فناوری/تالیف مهدیه بوالحسنی، منا طوسی.
مشخصات نشر	:	تهران: انتشارات شریفزاده، ۱۳۹۹.
مشخصات ظاهری	:	۲۰۲ ص.
شابک	:	978-622-662052-9
وضعیت فهرست نویسی	:	فیا
موضوع	:	مدیریت دانش
موضوع	:	Knowledge management
موضوع	:	کارآفرینی
موضوع	:	Entrepreneurship
موضوع	:	تکنولوژی اطلاعات -- ایران
موضوع	:	Information technology -- Iran
موضوع	:	فناوری
موضوع	:	Technological innovation
شناسه افزوده	:	دسی، منا، ۱۳۶۰-
رده بندی کنگره	:	۴۳۷
رده بندی دیویی	:	۵۸۱
شماره کتابشناسی ملی	:	۶۱۷۸۵۹



انتشارات شریفزاده

نام کتاب	:	مدیریت دانش و کارآفرینی با رویکرد فناوری
تالیف:	:	مهدیه بوالحسنی - منا طوسی
ناشر:	:	شریفزاده
سال انتشار	:	چاپ اول - ۱۳۹۸
شمارگان	:	۱۰۰۰
شابک	:	۹۷۸-۶۲۲-۶۶۲۰-۵۲-۹
قیمت	:	۳۵۰۰۰ تومان

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران - خ انقلاب - روبروی سینما بهمن - جنب بانک صادرات - پ

۱۳۵۶ - کتابفروشی محسن

مسائل امروز کشورها و سازمانها با راه حل های دیروز حل شدنی نیست و پیش بینی آینده مشکلات آتی را حل نمیکنند، بلکه باید برای ساختن آینده اقدام کرد. امروز شرایط محیطی وقواعد بازی رقابت به حدی پیچیده و مبهم گردیده که کشورها و سازمانها دیگر نمیتوانند تنها با تغییرات اندک در روشها، ساختار، تکنولوژی و عواملی نظیر این، بقای بلند مدت خود را تضمین کنند. لذا کشورها و سازمانهای امروزی باید انقلابی در اذهان مدیران و کارکنان خود بوجود آورند تا بطور اساسی مفهوم سازمان، کار، کفایت و رقابت در ذهن آنها دگرگون شود. در چنین شرایطی به کار آفرینی نیاز می باشد که بتوانند از طریق خلاقیت و نوآوری، پشتکار، اعتماد به نفس و تحمل ابهام، خون تازه ای را در کالبد کشور و سازمان به جریان بیندازند. صاحب نظران علوم اقتصادی، اجتماعی و مدیریت بر این اعتقادند که در شرایط کنونی اصلی ترین منبع برای رشد توسعه اقتصادی، افزایش بهره وری، تامین پایدار اشتغال و رفع واقعی بیکاری وجود ندارد. در ارائه کار آفرین است که دور نمای جدیدی از زندگی، ترکیب نوینی از منابع انسانی، آینده امید بخش را ایجاد می دهد و این فرهنگ خطر پذیری، رقابت و نو اندیشی را ترویج می دهد. به اعتقاد برخی از صاحب نظران، کار آفرینی موتور رشد اقتصادی و نماد اصلی نوآوری یک کشور است. برای تقویت همه جانبه این محور اقتصادی، رویکردها، استراتژی ها و راهکارهای مختلفی در ادبیات کار آفرینی ارائه شده است. دولت بر اساس محورهای تنظیمی، شناختی و هنجاری از جمله راه کارهای ارتقاء کار آفرینی در کشورهاست.

با تشکر فراوان از زحمات و تلاش های صادقانه وارزنده جناب آقای دکتر سیداحمد شایان نیا و آرزوی توفیق روزافزون و سلامتی ایشان از درگاه ایزدمنان

بوالحسنی و طوسی

فهرست مطالب

۱۵	فصل ۱
۱۵	فناوری و رضایت و اعتماد
۱۵	مقدمه ای بر فناوری
۱۶	تعریف فناوری
۱۶	تعریف اطلاعات
۱۷	فناوری اطلاعات
۱۸	تاریخچه فناوری اطلاعات
۲۴	تاریخچه فناوری اطلاعات در ایران
۲۵	ویژگی‌های عصر اطلاعات
۲۵	فناوری اطلاعات و سازمان های امروزی
۲۵	انجام مبادلات مالی مصرف کنندگان و شرکت ها به صورت دیجیتال
۲۷	بخش دوم- مبانی نظری رضایت مشتری
۲۷	تعریف مشتری
۲۸	تعریف مشتری مداری
۳۰	تعریف رضایت‌مندی از نظر مشتری
۳۱	مفهوم رضایت مشتری
۳۳	فلسفه به حداکثر رساندن رضایت مشتری
۳۴	عوامل موثر بر رضایت مشتری
۳۴	قیمت کالا و شرایط پرداخت به کالا
۳۴	ابعاد کلی رضایت مشتری

۳۵	مفهوم جذب مشتری
۳۹	مدل های شاخص رضایت مشتری
۳۹	مدل شاخص رضایت مشتری در آمریکا
۳۹	مدل شاخص رضایت مشتری مدیریت کیفیت اروپا
۴۰	مدل شاخص ملی رضایت مشتری در سوئیس
۴۰	مدل شاخص ملی رضایت مشتری در مالزی (۲۰۰۰)
۴۱	مدل رضایت مشتری و رضایت کارکنان مانوئل و پدرو (۲۰۰۱)
۴۱	مدل رضایت مشتری دین و دیگمان (۲۰۰۴)
۴۲	مدل شاخص ملی رضایت مشتری در ترکیه، آیدین و اوزر (۲۰۰۵)
۴۲	مدل رضایت مشتریان داخلی (۲۰۰۲) و خارجی (۲۰۰۰)
۴۳	مدل زنجیره سود - خدمت هستک (۱۹۹۴)
۴۳	مدل رضایت مشتریان ترکیبلماز و اوزکان (۲۰۰۷)
۴۳	اعتماد مشتریان
۴۶	ارتباط اعتماد و وفاداری به برند
۴۸	احساس به برند
۵۱	رفتار مشتری
۵۶	دیدگاههای رفتار مشتری
۵۹	مدل تصمیم گیری مشتری
۶۳	فصل ۲
۶۳	نوآوری سازمانی
۶۳	مقدمه
۶۷	نوآوری رادیکال

۶۸	نوآوری تدریجی
۶۸	نوآوری نفوذی
۶۸	پارادایمهای نوآوری :
۶۹	نوآوریهای رادیکال:
۶۹	نوآوریهای تدریجی:
۶۹	نوآوریهای سیستمی:
۶۹	نوآوریهای تکاملی نسل جدید:
۶۹	نوآوری تدریجی در مقابل نوآوری رادیکال
۷۰	دسته‌بندی کلی نوآوری :
۷۰	الف- نوآوری بسته
۷۱	ب- نوآوری باز:
۷۲	ج- نوآوری تکنولوژیک :
۷۳	انواع نوآوری:
۷۴	سازمان‌های نوآور
۷۶	الف: سازمان‌های مولد نوآوری
۷۶	ب: سازمان‌های اقتباس‌کننده نوآوری:
۷۷	ج: سازمان‌های نوآور:
۷۸	د: سازمان‌های غیر نوآور:
۸۱	فصل ۳
۸۱	انواع کارآفرینی
۸۱	مقدمه:
۸۲	کارآفرینی فردی

۸۲	کارآفرینی اجتماعی
۸۲	کارآفرینی سازمانی
۸۴	کارآفرینی سازمانی و علل تمایل به آن
۸۶	مقایسه ویژگی های شخصیتی کارآفرینان مستقل با کارآفرینان سازمانی
۸۶	ضرورت کارآفرینی در سازمان
۸۷	محیط کارآفرینی سازمانی
۸۹	ابعاد ساختاری، زمان های کارآفرین
۹۲	خصوصیات رهبر در کارآفرینی سازمانی
۹۳	بررسی موانع و مشکلات پیش روی کارآفرینی و بویژه کارآفرینی سازمانی در ایران
۹۴	عوامل ضد انگیزشی کارآفرینی
۹۴	موانع قانونی توسعه کارآفرینی
۹۴	عوامل نارسایی محیطی
۹۴	فرهنگ سازمانی
۹۵	سبک و نگرش مدیران
۹۶	شیوه های نادرست پاداش
۹۶	تغییر
۹۸	کارآفرینی سازمانی
۹۹	- کارآفرینی گروهی
۹۹	کارآفرینی شرکتی
۱۰۰	- کارآفرینی اجتماعی
۱۰۳	عناصر کارآفرینی
۱۰۴	تفاوت کارآفرینان سازمانی و مستقل

۱۰۷	فصل ۴
۱۰۷	فرآیند کارآفرینی
۱۰۷	مقدمه:
۱۰۸	دیدگاه ها و رویکردهای کارآفرینی
۱۰۹	فرآیند کارآفرینی
۱۱۱	مدل " فرای " :
۱۱۲	آموزش کارآفرینی
۱۱۲	ضرورت، اهمیت و جایگاه آموزش کارآفرینی
۱۱۳	سابقه آموزش کارآفرینی
۱۱۳	مطالعات مرتبط با آموزش کارآفرینی
۱۱۵	اهداف آموزش کارآفرینی
۱۱۷	تفاوت های کارآفرینان و مدیران
۱۱۹	فصل ۵
۱۱۹	کارآفرینی سازمانی
۱۱۹	مقدمه:
۱۲۱	- فرآیند کارآفرینی سازمانی
۱۲۱	ویژگی های سازمانی
۱۲۱	ویژگی های فردی
۱۲۱	حادثه ناگهانی
۱۲۲	تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه سازمانی
۱۲۲	برنامه ریزی کار - امکان سنجی
۱۲۲	قابلیت دسترسی به منابع

- ۱۲۲..... توانایی غلبه بر موانع
- ۱۲۲..... اجرای تفکر
- ۱۲۴..... - عوامل موثر بر تسهیل کارآفرینی سازمانی
- ۱۲۵..... - رابطه میان استراتژی تنوع و کارآفرینی سازمانی
- ۱۲۶..... - رابطه میان ظرفیت ها و کارآفرینی سازمانی
- ۱۲۸..... رابطه میان یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی
- ۱۲۹..... - ابعاد کارآفرینی درون سازمانی
- ۱۳۰..... - رابطه میان خلاقیت سازمانی و کارآفرینی درون سازمانی
- ۱۳۲..... - نوآوری در فرآیند تولید و ارائه محصول / خدمت
- ۱۳۳..... - تجدید ساختار درونی
- ۱۳۳..... - ریسک پذیری
- ۱۳۴..... موانع کارآفرینی سازمانی
- ۱۳۴..... کنترل شدید
- ۱۳۵..... سیستم تشویق و ارائه پاداش
- ۱۳۵..... فرهنگ سازمان (محافظه کارانه)
- ۱۳۵..... توجه به سود کوتاه مدت
- ۱۳۶..... تفاوت های فرهنگ سنتی سازمانی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی
- ۱۳۶..... فرهنگ سنتی سازمانی:
- ۱۳۶..... فرهنگ کارآفرینی سازمانی:
- ۱۳۷..... ایجاد مدل کارآفرینی سازمانی
- ۱۳۷..... ویژگی های سازمانی:
- ۱۳۷..... ویژگی های فردی:

۱۳۷	 حادثه ناگهانی تغییر محیطی:
۱۳۸	 تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه سازمانی:
۱۳۸	 برنامه ریزی کاری - امکان سنجی:
۱۳۸	 قابلیت دسترسی منابع:
۱۳۸	 توانایی غلبه بر موانع:
۱۳۸	 اجرای تفکر:
۱۳۹	 فصل ۶
۱۳۹	 مدیریت دانش
۱۳۹	 مقدمه:
۱۳۹	 مبانی و تعاریف مدیریت دانش
۱۳۹	 داده
۱۴۱	 دانش
۱۴۵	 خرد
۱۴۶	 تمایز میان داده ، اطلاعات، دانش، خرد
۱۴۶	 تبدیل داده به دانش
۱۴۷	 هرم دانش
۱۴۸	 انواع دانش
۱۴۸	 دانش ضمنی
۱۴۹	 دانش صریح
۱۴۹	 تفاوت بین دانش صریح و دانش ضمنی
۱۵۱	 ضرورت و اهمیت دانش
۱۵۲	 مروری بر تاریخچه مدیریت دانش

۱۵۳	تاریخچه مدیریت دانش
۱۵۳	مدیریت دانش
۱۵۷	تعریف مدیریت اطلاعات
۱۵۷	تفاوت اطلاعات با دانش
۱۵۹	مزایای مدیریت دانش
۱۶۰	مراحل فرایند مدیریت دانش
۱۶۳	مراحل مدیریت دانش
۱۶۳	منابع دانش سازمانی
۱۶۵	مراحل ایجاد دانش
۱۶۵	شناسایی دانش
۱۶۷	اکتساب دانش
۱۶۹	توسعه دانش
۱۷۰	نقش خلاقیت و نوآوری در ایجاد و توسعه دانش
۱۷۱	ب) ذخیره دانش
۱۷۲	فرایند های نگهداری و ذخیره دانش
۱۷۲	گزینش دانش
۱۷۲	ذخیره سازی دانش
۱۷۳	روز آمد سازی دانش
۱۷۳	فراموشی سازمانی
۱۷۴	پ) اشتراک دانش
۱۷۴	ابزارهای توزیع و اشتراک دانش
۱۷۵	شیوه های اشتراک دانش

۱۷۶	اصل کشش و فشار در توزیع دانش
۱۷۷	زیرساختهای فنی توزیع دانش
۱۷۷	موانع اشتراک دانش در سازمان
۱۷۹	ت(به کارگیری دانش
۱۷۹	موانع استفاده از دانش
۱۸۰	کوری سازمانی
۱۸۰	معرفی بعضی از مدل‌های مدیریت دانش
۱۸۰	مدل هیسک
۱۸۱	مدل مارک «م.مک‌الروی»
۱۸۱	مدل ادل و گریسون
۱۸۲	۱-فرایندهای مدیریت دانش:
۱۸۳	۲-فراهم‌کننده‌های مدیریت دانش:
۱۸۳	مدل بویست
۱۸۴	مدل «نوناکا» و «تاکوچی»
۱۸۷	فصل ۷
۱۸۷	تجاری سازی دانش
۱۸۷	مقدمه
۱۸۸	دانشگاه کارآفرین به عنوان یک سازمان یادگیرنده
۱۹۰	تجاری سازی دانش
۱۹۲	اهمیت و مفهوم تجاری سازی دانش
۱۹۳	ضرورت های انتقال تجاری سازی دانش
۱۹۵	روش های انتقال دانش و فناوری