

بنام خداوند جان و دین

مدیریت دانش

در راستای ارتقاء علمی سازمانها



نویسنده:

سمیرا سیدطاهری



۱۳۹۹

شناسنامه کتاب :

مدیریت دانش :	موضوع :	سیدظاهری، سمیرا، ۱۳۶۶-	شناسنامه :
Knowledge management :	موضوع :	مدیریت دانش در راستای ارتقاء علمی سازمان‌ها :	ن و نام پدیدآور :
سازمان :	موضوع :	اراک: سخن دانشجو، :	خصصات نشر :
Organization :	موضوع :	سمیرا سیدظاهری، :	بنده :
تحول سازمانی :	موضوع :	۱۹۱ ص: ۱۴/۵ × ۲۱/۵ س.م، :	خصصات ظاهری :
Organizational change :	موضوع :	978-622-97365-8-6 : ۳۰۰۰۰۰ ریال :	ک :
HD۲۰/۲ :	رده بندی کنگره :	فیبا :	نیت فهرست نویسی :
۶۵/۴۰۲۸ :	رده بندی دیویی :	کتابنامه، :	شت :
۷۵۶۹۰۷۷ :	شماره کتابشناسی ملی :		
فیبا :	وضعیت رکورد :		

مدیریت دانش در راستای ارتقاء علمی سازمان‌ها

نویسنده: سمیرا سیدظاهری

ویراستاری و صفحه آرایی: مهدی رحمتی

طراحی جلد: حمیدرضا جلالوندی

ناشر: سخن دانشجو، ۰۹۱۰۸۰۶۲۱۲۶

نوبت و تاریخ چاپ: اول ۱۳۹۹

شمارگان: ۱۰۰۰ نسخه

پست الکترونیک: S_rahmati17@yahoo.com

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۹۷۳۶۵-۸-۶

قیمت: ۳۰۰/۰۰۰ ریال

* حق چاپ برای ناشر محفوظ است *

فهرست

۱	پیش آغاز.....
۷	بخش اول: مدیریت دانش، مفاهیم و تعاریف.....
۹	مقدمه.....
۱۵	مفهوم مدیریت دانش.....
۱۶	تعریف مدیریت دانش.....
۲۲	تعریف مدیریت دانش از منظر نظریه پردازان مختلف.....
۲۴	تعاریف مدیریت دانش از دانشمندان مختلف.....
۲۷	تعریف کاربردی مدیریت دانش.....
۳۰	دانش چیست؟.....
۳۶	تعریف داده، اطلاعات و دانش.....
۴۵	تاریخچه و علل پیدایش مدیریت دانش.....
۵۰	نسل اول و دوم مدیریت دانش.....
۵۳	اصول مدیریت دانش.....
۵۷	بخش دوم: مدیریت دانش در سازمان ها.....
۵۹	اهمیت وجود تعریف مشترک از مدیریت دانش در سازمان.....
۶۳	چرا در سازمان ها دانش باید مدیریت شود؟.....
۶۵	مزیت های مهم مدیریت دانش در سازمان.....
۷۴	اهداف مدیریت دانش در سازمان.....
۷۶	مدیریت دانش به سازمان ها مزیت رقابتی می دهد.....
۷۸	بررسی روند تاریخی و سیر تحولات در سازمان ها.....
۸۲	تعریف، شناسایی و پیاده سازی مدیریت دانش در سازمان.....
۸۷	مدیریت دانش از منظر ساختار سازمانی.....
۸۹	ماهیت دانش سازمانی.....
۹۰	شبکه های اجتماعی.....
۹۵	شبکه اجتماعی سازمانی.....
۹۷	چگونه مدیران از شبکه اجتماعی سازمانی سود می برند؟.....
۹۹	مدیران مهمترین عامل در موفقیت شبکه های اجتماعی سازمانی.....

۱۰۰	چه چیزی کارکنان را برمی انگیزد؟
۱۰۲	اقتصاد دانشی
۱۰۴	ماهیت پردازش دانش، منشأ و مشخصه چرخه عمر دانش
۱۰۸	سیستم های مدیریت دانش
۱۱۳	ترویج، جذب و پذیرش
۱۱۹	مدیریت دانش و سیستم مدیریت یادگیری
۱۲۲	نقش فرهنگ در مدیریت دانش
۱۲۴	اهداف اصلی پیاده سازی مدیریت دانش
۱۲۵	دسته بندی کلی مدیریت دانش
۱۲۶	مدیریت دانش ابزاری برای پاسخگویی به تغییرها
۱۲۷	انواع مختلف تولید دانش در سازمان
۱۲۸	تعریف دانش صریح و دانش ضمنی
۱۳۴	مدل های مدیریت دانش در سازمان
۱۳۶	انواع دانش سازمانی
۱۳۷	جنبه های مدیریت دانش
۱۳۹	ملزومات مدیریت دانش
۱۴۱	مدیریت دانش، نفع همگانی
۱۴۲	چالش های مدیریت دانش
۱۴۵	نقش مدیریت مستندات در فرایند اجرای مدیریت دانش
۱۴۶	عوامل مؤثر در موفقیت مدیریت دانش
۱۵۱	کارکردهای مدیریت دانش در سازمان
۱۶۵	فعالیت های کلیدی مدیریت دانش
۱۷۲	اهمیت و ضرورت مدیریت دانش
۱۸۰	سخن آخر
۱۸۳	کتابنامه فارسی
۱۸۵	کتابنامه لاتین

پیش آغاز

امروزه در عصر اطلاعات و تکنولوژی زندگی می‌کنیم و به خوبی این نکته بر همه ما آشکار گردیده است که برتری واقعی در گرو سرمایه دانش نهفته است. در دنیای پیشرفته امروز، دانش به سرعت در حال تبدیل شدن و نو شدن است. بدون شک اصلی‌ترین زمینه رقابتی در سازمان‌ها، موضوع دانش است.

جوامع بشری از آغاز زندگی بشری تاکنون دائماً دستخوش تغییر و تحولات متعددی بوده‌اند که منجر به افزایش دانش آنها گردیده است. در عصر حاضر که به عصر ارتباطات و دانش موسوم است، مزیت اصلی در سرمایه دانشی نهفته است.

در سال‌های اخیر مدیریت دانش به یک موضوع مهم و حیاتی مورد بحث در متون تجاری، علمی و آموزشی تبدیل شده است. جوامع علمی و تجاری هر دو بر این عقیده‌اند که سازمان‌ها با قدرت دانش می‌توانند برتری‌های بلندمدت خود را در عرصه‌های رقابتی حفظ کنند.

روند صعودی نقش دانش، نوآوری و فناوری‌های جدید در ایجاد مزیت‌های راهبردی و اهمیت یافتن ارزش منابع دانش در اداره کردن سازمان‌ها، باعث شده تا مسئله مدیریت دانش در سیاست‌های راهبردی سازمان‌ها جای گیرد. با توجهی عمیق‌تر در این موضوع نتیجه می‌گردد که توجه ویژه به مدیریت دانش از جهت

تحقق اهداف سازمان‌ها ضروری به نظر می‌رسد و تبیین جایگاه مدیریت دانش و کارکردهای آن در سازمان‌ها از مهمترین اهداف آنها به شمار می‌رود.

مدیریت دانش می‌تواند با ایجاد هماهنگی در سرمایه‌های دانشی سازمان‌ها در بخش‌های مختلف و تأثیرگذاری مستقیم بر مفاهیمی مانند مشتری‌مداری، یادگیری سازمانی، اعتلای فرهنگ سازمانی، رهبری و تصمیم‌گیری هوشمندانه، بازطراحی فرایندها، بهینه‌سازی، تولید دانش جدید و تبدیل دانش ضمنی به صریح، زمینه ایجاد فعالیت مفیدتر و رسیدن به اهداف مورد نظر را به همراه داشته باشد. البته سازمان‌ها بدون داشتن استراتژی مشخصی در استفاده از مدیریت دانش نمی‌توانند بهره‌ای از این کارکردها داشته باشند و حتماً می‌بایست در این خصوص سیاست‌های راهبردی جدیدی تدوین گردد.

زندگی در عصر جدید نسبت به گذشته بسیار دستخوش تحولات شگرفی گردیده است. عصری که در آن از اصطلاحات جدیدی چون عصر فراصنعتی، عصر اطلاعات، موج سوم یا جامعه دانشی برای تشریح و توصیف وضع کنونی استفاده می‌گردد. صرف نظر از اصطلاحات مذکور، اغلب صاحب‌نظران معتقدند که یکی از موضوعات مهم مطرح شده در این دوره، مفهوم مدیریت دانش است؛ مفهومی که هیجان ایجاد کرده و باعث بحث و مناظره فراوان شده است و این گفتگوها موضوع مدیریت دانش را در مسیری تکاملی قرار داده است.

مدیریت دانش، اگرچه رویکرد جدیدی است که به سرعت در حال تکامل است ولی در این مدت کوتاهی که خود را به جامعه عرضه نموده، همواره به چالش‌های اخیر

برای افزایش کارایی و بهبود اثربخشی فرایندهای تجاری محور، همراه با نوآوری مستمر، توجه زیادی داشته است. نیاز به مدیریت دانش بر اساس رشد تقاضای جامعه تجاری به این موضوع، از این واقعیت سرچشمه می گیرد که دانش در عملکرد تاثیرگذار سازمانی و دسترسی به مزیت بازار رقابتی پایدار، عنصری مهم تلقی می شود.

امروزه اکثر سازمان های مهم تجاری به سمت مدیریت دانش و تولید علم جدید روی آورده و بدون هیچ گونه تردیدی خود را به این ابزار نوین مجهز نموده اند. چنین تغییر جهت اساسی و در سطح بالایی، پیامدهای مهمی در فرایندهای سطوح میانی و پایانی در سازمان نیز دارد. در حقیقت، جذب و به کارگیری مفاهیم، ابزارها، تکنیک ها و استراتژی های مدیریت دانش در تحولات آینده، به منظور استقرار شرکت های دانش محور، به سادگی امکان پذیر نیست چرا که نیازمند انتخاب صحیح ابزارها و تکنیک هایی است که به شیوه ای هماهنگ به کار گرفته شوند.

دانش در دنیای پیشرفته امروز، به سرعت در حال تبدیل شدن به مزیت رقابتی اصلی سازمان ها می باشد. دانش می تواند فرصت مناسبی برای سازمانی باشد که به خوبی آن را شناخته و مدیریت می کند و در عین حال، تهدیدی جدی برای سازمان هایی قلمداد شود که تحولات محیط را نمی شناسند و یا نمی خواهند بشناسند.

در عصر حاضر، اطلاعات و دسترسی مؤثر به آن یکی از عناصر کلیدی پیشرفت و توسعه محسوب می شود، به گونه ای که تمامی فرایندهای اجتماعی، اقتصادی،

سیاسی، فرهنگی، آموزشی و زیستی به شدت نیازمند اطلاعات می‌باشند. پیشرفت‌های سریع در فناوری اطلاعات و ارتباطات و امکان دسترسی سریع و گسترده‌تر به دنیای اطلاعات افق جدیدی را فراروی متخصصان و مدیران گشوده است.

همچنین به منظور انتخاب صحیح نوع تکنولوژی جدید یا تکنیک‌های نوین، درک زیر ساخت‌های تکنولوژی موجود، ساختار سازمانی و زیر ساخت‌های تجاری و فرهنگی نیز ضروری است. علاوه بر این، درک چگونگی ترکیب این اجزا برای دستیابی به کارایی و اثربخشی سازمان، اهمیت زیادی دارد که این خود منجر به کسب اهداف سازمانی می‌گردد. به منظور تبدیل یک شرکت به مؤسسه‌ای دانش‌محور از طریق تکنولوژی‌ها و استراتژی‌های مدیریت دانش، ضروری است که در ابتدا پویایی‌های نهفته در اقتصاد دانشی، دانش و مدیریت دانش مطرح شود.

امروزه مجوز فعالیت‌های تحقیقی و پژوهشی در سازمان‌ها منوط به ارائه دانشی نوآورانه جهت توسعه‌های جدید و بهبود فناوری‌های موجود است. نگرش کارکنان سازمان در مورد مدیریت دانش از اهمیت زیادی برخوردار است و این افراد هستند که منابع نوآوری مورد نیاز برای تولید و توسعه فرآیندها و خدمات جدید برای یک سازمان را ایجاد می‌کنند. در اقتصاد دانش بنیان، تحقیق و توسعه عامل بسیار مهمی جهت نوآوری و حفظ توان رقابتی شرکت‌ها است.