



دانشگاه پیام نور

استراتژی‌های مدیریت دانش

(کارشناسی ارشد مدیریت)

www.ketab.ir

دکتر علی ربیعی دکتر محمدمهدی پرهیزگار

دکتر جمشید سالار

سرشناسه	: ریعی، علی، ۱۳۳۴ -
عنوان و نام پدید آور	: استراتژی‌های مدیریت دانش مولفان علی ریعی، محمد مهدی پرهیزگار، جمشید سالار، ویراستار علمی علی اکبر جوکار.
مشخصات نشر	: تهران: دانشگاه پیام نور، ۱۳۹۷.
مشخصات ظاهری	: ۲۶۴ ص.
فروست	: دانشگاه پیام نور، ۲۴۶۶. گروه مدیریت: ۱/۱۶
شابک	: 978 - 964 - 14 - 0513 - 9
وضعیت فهرست نویسی	: فیپا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۲۵۹ - ۲۶۰.
موضوع	: مدیریت دانش
موضوع	: Knowledge management
شناسه افزوده	: پرهیزگار، محمد مهدی، ۱۳۴۴ -
شناسه افزوده	: سالار، جمشید، ۱۳۵۹ -
شناسه افزوده	: جوکار، علی اکبر، ویراستار
شناسه افزوده	: دانشگاه پیام نور
شناسه افزوده	: Payam Noor University
رده بندی کنگره	: ۱۳۹۷ ۵۱۳/۲/۲ HD۳۰
رده بندی	: ۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتابشناسی	: ۵۲۵۷۹۰۶



استراتژی‌های مدیریت دانش

مولفان: دکتر علی ریعی - دکتر محمد علی پرهیزگار - دکتر جمشید سالار

ویراستار علمی: علی اکبر جوکار

تهیه و تولید: دفتر تدوین و تولید کتاب و محتوای آموزشی

لیتوگرافی، چاپ و صحافی: مرکز چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور

شمارگان: ۱۰۰ نسخه

نوبت و تاریخ چاپ: چاپ اول بهمن ۱۳۹۷

شابک: ۹ - ۵۱۳ - ۱۴ - ۹۶۴ - ۹۷۸

ISBN: 978 - 964 - 14 - 0513 - 9

فروش این کتاب فقط از طریق نمایندگی‌های دانشگاه پیام نور مجاز می باشد و فروش

آن در سایر مراکز فروش کتاب موجب تعقیب قانونی فروشنده خواهد گردید.

(کلیه حقوق مادی و معنوی این اثر محفوظ و متعلق به دانشگاه پیام نور است. تولید، گیتی یا خلاصه برداری، نشر و ترجمه، چاپ، افست، توزیع گسترده، تهیه CD و ... این اثر یا بخشی از آن اعم از متن، طرح پشت و روی جلد و ... بدون اخذ مجوز کتبی از معاونت فناوری و پژوهش دانشگاه خلاف مقررات و تعرض به حقوق مادی و معنوی دانشگاه است. متخلفین وفق قانون حمایت از مولفان و مصنفان و هنرمندان دارای مسئولیت حقوقی و کیفری بوده و تحت پیگرد قرار می گیرند.)

قیمت: ۱۶۰۰۰۰ ریال

آدرس: فروشگاه مرکزی چاپ و انتشارات دانشگاه پیام نور: تهران، خیابان شهید رجایی،

نرسیده به تقاطع آزادگان، جنب ورزشگاه یادآوران. تلفن: ۵۵۵۰۲۱۰۴ - ۵۵۰۹۸۳۸

سایت فروش اینترنتی: <http://digibook.pnu.ac.ir>

فهرست مطالب

پیشگفتار.....	سیزده
فصل اول. مبانی مدیریت دانش	۱
هدف کلی.....	۱
هدف‌های یادگیری.....	۱
مقدمه.....	۱
۱-۱ اهمیت علم و تحقیق در اسلام.....	۲
۲-۱ مبانی مدیریت دانش.....	۴
۳-۱ نقش مدیریت دانش در استراتژی‌های سازمانی.....	۵
۴-۱ نقش مدیریت دانش در تعریف کسب‌وکار.....	۶
۵-۱ مفاهیم مدیریت دانش.....	۷
۱-۵-۱ داده.....	۷
۲-۵-۱ اطلاعات.....	۸
۳-۵-۱ دانش.....	۸
۴-۵-۱ هوشمندی.....	۸
۶-۱ ابزارهای کسب دانش بازار.....	۹
۱-۶-۱ هوشمندی بازاریابی.....	۹
۲-۶-۱ تحقیقات بازاریابی.....	۹
۷-۱ ویژگی داده‌های باارزش.....	۱۰
۱-۷-۱ مرتبط بودن.....	۱۰
۲-۷-۱ کیفیت.....	۱۱
۳-۷-۱ به موقع بودن.....	۱۱
۴-۷-۱ کامل بودن.....	۱۱
۸-۱ سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری بازاریابی.....	۱۱
۹-۱ پایگاه داده.....	۱۲

۱۲	۱۰-۱ انبار داده‌ها.....
۱۳	۱۱-۱ بازاریابی پایگاه داده.....
۱۴	۱۲-۱ داده‌کاوی.....
۱۵	۱۳-۱ نقش آموزش در مدیریت دانش.....
۱۵	۱-۱۳-۱ محتوای آموزش.....
۱۵	۲-۱۳-۱ چالش‌های آموزش.....
۱۶	۱۴-۱ الگوی پیتر ویلیامسون در ارتباط با دانش.....
۱۹	۱۵-۱ نیروی کاری دانش‌محور.....
۲۱	۱۶-۱ تأثیر مدیریت دانش بر ساختار سازمانی.....
۲۱	۱۷-۱ ارتباط بین مدیریت دانش و یادگیری سازمانی.....
۲۲	۱۸-۱ انواع یادگیری‌های سازمانی.....
۲۳	۱۸-۱ یادگیری سطح پایین.....
۲۴	۲-۱۸-۱ یادگیری سطح بالا.....
۲۵	۱۹-۱ انواع تغییرات سازمانی.....
۲۵	۱-۱۹-۱ تغییرات در سطح اول یا تدریجی.....
۲۶	۲-۱۹-۱ تغییرات در سطح دوم یا انقلابی.....
۲۶	۲۰-۱ اولویت شرکت‌ها در یادگیری سطح پایین و تغییرات تدریجی.....
۲۷	۲۱-۱ عوامل مؤثر بر یادگیری سطح بالا و تغییرات انقلابی.....
۲۷	۱-۲۱-۱ جست‌وجوی مشکل‌گرا.....
۲۸	۲-۲۱-۱ ظرفیت جذب.....
۲۹	خلاصه فصل اول.....
۳۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل اول.....
۳۴	خودآزمایی تشریحی فصل اول.....
۳۷	فصل دوم. تنظیم استراتژی‌های سازمانی.....
۳۷	هدف کلی.....
۳۷	هدف‌های یادگیری.....
۳۷	مقدمه.....
۳۸	۱-۲ تعریف برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۳۸	۲-۲ فرایند برنامه‌ریزی استراتژیک.....
۳۹	۳-۲ تعریف چشم‌انداز.....
۴۰	۴-۲ تعریف مأموریت.....
۴۳	۵-۲ تحلیل SWOT.....
۴۶	۶-۲ هدف‌های سازمانی.....
۴۶	۱-۶-۲ هدف‌های مالی.....
۴۶	۲-۶-۲ هدف‌های استراتژیک.....
۴۶	۳-۶-۲ هدف‌های عملکردی.....
۴۷	۷-۲ استراتژی‌های سازمان.....
۴۷	۱-۷-۲ ماتریس بازار/محصول آنسوف.....

۴۸	۲-۷-۲ استراتژی‌های مایلز و اسنو
۴۹	۳-۷-۲ استراتژی‌های عام پورتر
۵۸	۸-۲ تخصیص منابع به واحدهای کسب و کار استراتژیک
۵۹	۹-۲ اجرای استراتژی‌های سازمان
۵۹	۱۰-۲ ارزیابی و کنترل استراتژی‌های سازمان
۵۹	خلاصه فصل دوم
۶۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل دوم
۶۵	خودآزمایی تشریحی فصل دوم
۶۷	فصل سوم. اصول استراتژی‌های مدیریت دانش
۶۷	هدف کلی
۶۷	هدف‌های یادگیری
۶۷	مقدمه
۶۸	۱-۳ حوزه‌های کارکردی مدیریت دانش
۶۸	۱-۱-۳ کارکرد مدیریت دانش در حوزه داده‌ها
۶۸	۲-۱-۳ کارکرد مدیریت دانش در حوزه اطلاعات
۶۹	۲-۳ الگوی بوستون در مورد مدیریت دانش
۷۰	۱-۲-۳ ربع ارتباط و کشش
۷۱	۲-۲-۳ ربع ارتباط و دانش
۷۱	۳-۲-۳ ربع جمع‌آوری و دانش
۷۱	۴-۲-۳ ربع جمع‌آوری و کشش
۷۲	۳-۳ نقش مدیران دانش در سازمان
۷۲	۴-۳ عناصر کلیدی نقش رهبری مدیریت دانش
۷۳	۵-۳ مطالعه موردی: سامسونگ اس‌دی‌اس
۷۴	۶-۳ دانش به‌عنوان یک عنصر کلیدی کسب و کار
۷۵	۷-۳ ضعف مدیریت دانش در سازمان‌ها
۷۵	۸-۳ ده اصل استراتژی‌های مدیریت دانش
۷۶	۱-۸-۳ اصل اول استراتژی‌های مدیریت دانش
۷۷	۲-۸-۳ اصل دوم استراتژی‌های مدیریت دانش
۷۸	۳-۸-۳ اصل سوم استراتژی‌های مدیریت دانش
۷۹	۴-۸-۳ اصل چهارم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۱	۵-۸-۳ اصل پنجم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۱	۶-۸-۳ اصل ششم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۲	۷-۸-۳ اصل هفتم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۳	۸-۸-۳ اصل هشتم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۴	۹-۸-۳ اصل نهم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۶	۱۰-۸-۳ اصل دهم استراتژی‌های مدیریت دانش
۸۶	خلاصه فصل سوم
۹۰	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل سوم
۹۲	خودآزمایی تشریحی فصل سوم

۹۳	فصل چهارم. حوزه‌های دانش استراتژیک
۹۳	هدف کلی
۹۳	هدف‌های یادگیری
۹۳	مقدمه
۹۴	۱-۴ طرح کلی ساختار مدیریت دانش
۹۵	۲-۴ جمع‌آوری داده‌ها در مدیریت دانش
۹۵	۱-۲-۴ مصاحبه
۹۶	۲-۲-۴ کارگاه
۹۸	۳-۴ شناسایی ضرورت‌ها و محرک‌های کسب‌وکار
۹۹	۱-۳-۴ تعالی کسب‌وکار
۱۰۰	۲-۳-۴ دانش مشتری
۱۰۱	۳-۳-۴ نوآوری
۱۰۳	۴-۳-۴ سبک و تغییر
۱۰۳	۴-۴ تمرکز بر مهم‌ترین محرک
۱۰۴	۵-۴ چشم‌انداز و مسیر مدیریت دانش
۱۰۴	۶-۴ مثال‌هایی از چشم‌انداز مدیریت دانش
۱۰۵	۷-۴ ایجاد چشم‌انداز
۱۰۶	۸-۴ گستره چشم‌انداز
۱۰۶	۹-۴ تعریف حوزه‌های دانش استراتژیک
۱۰۶	۱۰-۴ شناسایی حوزه‌های دانش استراتژیک
۱۰۷	۱-۱۰-۴ روش بالا به پایین
۱۰۸	۲-۱۰-۴ روش پایین به بالا
۱۰۹	۱۱-۴ رتبه‌بندی حوزه‌های دانش استراتژیک
۱۱۰	۱۲-۴ نقشه استراتژی
۱۱۲	خلاصه فصل چهارم
۱۱۵	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل چهارم
۱۱۷	خودآزمایی تشریحی فصل چهارم
۱۱۹	فصل پنجم. چارچوب مدیریت دانش
۱۱۹	هدف کلی
۱۱۹	هدف‌های یادگیری
۱۱۹	مقدمه
۱۲۰	۱-۵ ارزیابی وضعیت کنونی مدیریت دانش
۱۲۱	۲-۵ عناصر جریان دانش
۱۲۱	۳-۵ توانمندسازهای مدیریت دانش
۱۲۲	۴-۵ سؤالات ارزیابی
۱۲۴	۵-۵ فرایند ارزیابی
۱۲۵	۶-۵ نتایج ارزیابی
۱۲۶	۷-۵ چارچوب مدیریت دانش

۱۲۶	۸-۵ ضرورت چارچوب مدیریت دانش
۱۲۷	۹-۵ نقش چارچوب مدیریت دانش در استراتژی مدیریت دانش
۱۲۷	۱۰-۵ عوامل مهم در تعریف چارچوب مدیریت دانش
۱۲۷	۱۰-۵-۱ افراد
۱۲۸	۱۰-۵-۲ فرایند
۱۲۹	۱۰-۵-۳ فناوری
۱۲۹	۱۰-۵-۴ حاکمیت شرکتی
۱۳۰	۱۱-۵ پاسخ به سؤالات در تعریف چارچوب مدیریت دانش
۱۳۱	۱۲-۵ یک موردکاوی از چارچوب مدیریت دانش
۱۳۲	۱۳-۵ الگوهای مدیریت دانش
۱۳۲	۱۳-۵-۱ الگوی هیکس
۱۳۳	۱۳-۵-۲ الگوی مک من
۱۳۴	۱۳-۵-۳ الگوی نوناکا و تاکوچی
۱۳۶	۱۳-۵-۴ الگوی پایه‌ها: ساختمان دانش، پروست، روب و رمهاردت
۱۳۸	۱۳-۵-۵ الگوی مدیریت دانش دمرست
۱۳۹	۱۳-۵-۶ الگوی مدیریت دانش «م. مک‌الروی»
۱۴۰	۱۳-۵-۷ الگوی مدیریت دانش هفت سم گراور و داوینپورت
۱۴۰	۱۳-۵-۸ الگوی مدیریت دانش بکهور و ویلیامز
۱۴۳	۱۳-۵-۹ جدول کلی الگوهای مدیریت دانش
۱۴۴	خلاصه فصل پنجم
۱۴۸	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل پنجم
۱۵۰	خودآزمایی تشریحی فصل پنجم
۱۵۱	فصل ششم. مدیریت تغییر در اجرای استراتژی‌های مدیریت دانش
۱۵۱	هدف کلی
۱۵۱	هدف‌های یادگیری
۱۵۱	مقدمه
۱۵۲	۱-۶ ارتباط مدیریت تغییر با اصل سوم استراتژی‌های مدیریت دانش
۱۵۳	۲-۶ نقش مدیران در مدیریت تغییر استراتژیک
۱۵۵	۳-۶ مراحل مدیریت تغییر استراتژیک
۱۵۵	۳-۶-۱ توجه به تغییرات محیطی
۱۵۶	۳-۶-۲ تفسیر تغییرات محیطی
۱۵۷	۳-۶-۳ انجام اقدام در واکنش به تغییرات محیطی
۱۵۹	۴-۶ ارزش تنوع در تفکر استراتژیک
۱۶۱	۵-۶ استدلالات مدیریتی
۱۶۱	۵-۶-۱ خطر موفقیت برای سازمان‌ها
۱۶۲	۵-۶-۲ مزیت تفکر همانند یک فرد خارج از سازمان
۱۶۳	۵-۶-۳ تنوع جمعیت‌شناختی در مقابل تنوع شناختی
۱۶۴	۵-۶-۴ ارزش یادگیری سطح بالا و تغییرات انقلابی

۱۶۴	۶-۶ اهمیت رهبری در سازمان‌ها
۱۶۶	۷-۶ الگوی رهبری تغییرات مثبت
۱۶۷	۶-۷-۱ ایجاد فضای مثبت
۱۶۹	۶-۷-۲ ایجاد آمادگی
۱۷۳	۶-۷-۳ توصیف چشم‌انداز
۱۷۴	۶-۷-۴ ایجاد تعهد
۱۷۶	۶-۷-۵ نهادهای سازی تغییر
۱۷۷	خلاصه فصل ششم
۱۸۱	خودآزمایی چهارگانه‌ای فصل ششم
۱۸۳	خودآزمایی تشریحی فصل ششم
۱۸۵	فصل هفتم تنظیم استراتژی‌های مدیریت دانش
۱۸۵	هدف کلی
۱۸۵	هدف‌های -گیری
۱۸۵	مقدمه
۱۸۶	۷-۱ طبقه‌بندی استراتژی‌های مدیریت دانش براساس دانش
۱۸۶	۷-۱-۱ مدل مارچ دانش بوناکا و تاکوچی
۱۸۷	۷-۱-۲ مدل فضای دلائی بوناکا
۱۸۸	۷-۱-۳ تحلیل کلی دو مدل
۱۸۹	۷-۲ طبقه‌بندی استراتژی‌های مدیریت دانش براساس فرایند کسب‌وکار
۱۸۹	۷-۲-۱ استراتژی‌های شش گانه مارچ
۱۸۹	۷-۲-۲ استراتژی‌های چهارگانه دی و هندا
۱۹۰	۷-۳ طبقه‌بندی استراتژی‌های مدیریت دانش براساس نتایج بایانی
۱۹۰	۷-۳-۱ سیستم ارزشی تریسی و ویرسما
۱۹۱	۷-۳-۲ استراتژی دانش زاکی
۱۹۲	۷-۴ تقسیم‌بندی سیستم‌های مدیریت دانش از دیدگاه باینری
۱۹۳	۷-۵ برنامه‌ریزی مدیریت دانش
۱۹۵	۷-۶ نیازسنجی و ارزیابی سازمان
۱۹۶	۷-۷ تنظیم استراتژی‌های دانش سازمانی
۱۹۷	۷-۸ معماری دانش کارکنان، فرایندها و فناوری‌ها
۱۹۸	۷-۹ تدوین برنامه‌های عملیاتی
۱۹۹	۷-۱۰ مطالعه موردی از استراتژی‌های مدیریت دانش
۲۰۱	۷-۱۱ ضرورت استراتژی چریکی
۲۰۲	۷-۱۲ فرایند استراتژی چریکی
۲۰۲	۷-۱۲-۱ تعیین پروژه‌های آزمایشی
۲۰۳	۷-۱۲-۲ انجام پروژه
۲۰۳	۷-۱۲-۳ عمومی سازی موفقیت‌ها
۲۰۴	۷-۱۲-۴ جلب حمایت مدیران ارشد
۲۰۴	۷-۱۳ شجاعت در استراتژی چریکی

۲۰۴	۱۴-۷ استراتژی حفظ دانش
۲۰۵	۱۵-۷ محرک‌های استراتژی حفظ دانش
۲۰۶	۱۶-۷ شایستگی‌های اصلی
۲۰۶	۱-۱۶-۷ عوامل و منابع به هم مرتبط
۲۰۶	۲-۱۶-۷ ارتباطات
۲۰۷	۳-۱۶-۷ هرشمندتر شدن در طول زمان
۲۰۷	۱۷-۷ گستره و چشم‌انداز استراتژی حفظ دانش
۲۰۸	خلاصه فصل هفتم
۲۱۱	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هفتم
۲۱۳	خودآزمایی تشریحی فصل هفتم
۲۱۵	فصل هشتم، رانندگی، تفویض اختیار و تیم‌سازی در مدیریت دانش
۲۱۵	هدف کلی
۲۱۵	هدف‌های یادگیری
۲۱۵	مقدمه
۲۱۶	۱-۸ توانمندسازی به عنوان یک استراتژی کشتی
۲۱۷	۱-۱-۸ استراتژی رانندگی
۲۱۷	۲-۱-۸ استراتژی کشتی
۲۱۷	۲-۸ نقاط ضعف سازمان‌ها در دنیای امروز
۲۱۸	۳-۸ تفاوت توانمندسازی با قدرت
۲۱۹	۴-۸ ابعاد توانمندسازی
۲۱۹	۱-۴-۸ احساس خودکارآمدی
۲۲۰	۲-۴-۸ احساس خودمختاری
۲۲۰	۳-۴-۸ احساس مؤثر بودن
۲۲۱	۴-۴-۸ احساس ارزشمند بودن
۲۲۲	۵-۴-۸ اعتماد
۲۲۴	۵-۸ اقدامات لازم برای توانمندسازی
۲۲۴	۱-۵-۸ مشخص کردن چشم‌انداز، مأموریت و هدف‌های سازمان
۲۲۶	۲-۵-۸ تسلط فردی
۲۲۶	۳-۵-۸ الگوسازی
۲۲۷	۴-۵-۸ حمایت کردن
۲۲۷	۵-۵-۸ ایجاد احساسات مثبت
۲۲۸	۶-۵-۸ دادن اطلاعات ضروری
۲۲۸	۷-۵-۸ فراهم کردن منابع لازم
۲۲۸	۸-۵-۸ اتصال کارکنان به نتایج کاری
۲۲۹	۹-۵-۸ ایجاد اطمینان در کارکنان
۲۳۱	۶-۸ ضرورت تفویض اختیار
۲۳۲	۷-۸ مزایای تفویض اختیار
۲۳۳	۸-۸ زمان تفویض اختیار

۲۳۴	۹-۸ تصمیم در مورد افرادی که باید به آن‌ها تفویض اختیار کرد
۲۳۵	۱۰-۸ تصمیم در مورد نحوه تفویض اختیار
۲۳۶	۱-۱۰-۸ روشن کردن هدف‌ها
۲۳۶	۲-۱۰-۸ شفاف‌سازی مسئولیت‌ها و محدودیت‌ها
۲۳۶	۳-۱۰-۸ مشارکت دادن کارکنان
۲۳۶	۴-۱۰-۸ ایجاد تعادل بین اختیار و مسئولیت
۲۳۷	۵-۱۰-۸ تفویض اختیار به کارکنان عملیاتی
۲۳۷	۶-۱۰-۸ حمایت از کارکنان
۲۳۷	۷-۱۰-۸ تمرکز بر نتایج
۲۳۷	۸-۱۰-۸ عدم تناقض
۲۳۸	۹-۱۰-۸ پرهیز از تفویض اختیار روبه بالا
۲۳۸	۱۰-۱۰-۸ شفاف‌سازی نتایج
۲۳۸	۱۱-۸ نقش تیم‌ها در سازمان‌های امروزی
۲۳۹	۱۲-۸ ادھوکراسی
۲۴۰	۱۳-۸ تیم هوشمنان
۲۴۰	۱۴-۸ جایگاه تیم‌ها در سیستم تولید منعطف
۲۴۱	۱۵-۸ جایگاه تیم‌ها در ساختار شبکه در طرفه
۲۴۱	۱۶-۸ جایگاه تیم‌ها در چرخه زیست‌زمان
۲۴۳	۱۷-۸ مراحل تشکیل تیم
۲۴۳	۱-۱۷-۸ شکل‌گیری
۲۴۵	۲-۱۷-۸ انسجام
۲۴۷	۳-۱۷-۸ تلاطم
۲۴۸	۴-۱۷-۸ عملکرد
۲۴۸	خلاصه فصل هشتم
۲۵۳	خودآزمایی چهارگزینه‌ای فصل هشتم
۲۵۵	خودآزمایی تشریحی فصل هشتم
۲۵۷	پاسخ‌نامه خودآزمایی‌های چهارگزینه‌ای
۲۵۹	کتابنامه
۲۵۹	الف) منابع فارسی
۲۶۰	ب) منابع لاتین

پیشگفتار

رقابت در دنیای امروز بسیار پیچیده و مستلزم درک فضای رقابتی بازار و صنعت است. مدیریت دانش از طریق سازماندهی و حفظ دانش در سازمان‌ها به آن‌ها کمک می‌کند که بقا و رشد خود را در صنعت تضمین کنند. سازمان‌ها برای اجرای سیستم‌های مدیریت دانش باید ابزارهای استراتژی‌های مناسبی باشند. در این کتاب، استراتژی‌های مدیریت دانش و مفاهیم مرتبط با آن‌ها توضیح داده می‌شود. این کتاب در ۸ فصل تنظیم شده است. در ادامه، مطالب هریک از فصول به اختصار توضیح داده می‌شود:

عنوان فصل اول، «**مبانی مدیریت دانش**» است. در این فصل، مدیریت دانش تعریف می‌شود. نقش مدیریت دانش در استراتژی‌های سازمانی شرح داده می‌شود. مفاهیم مدیریت دانش و ابزارهای کسب دانش بازار تحلیل می‌شود. ویژگی داده‌های باارزش شرح داده می‌شود. سیستم‌های پشتیبانی تصمیم‌گیری بازاریابی تعریف می‌شود. پایگاه داده و انبار داده‌ها تعریف می‌شود. داده‌کاوی تعریف می‌شود. نقش آموزش در مدیریت دانش توضیح داده می‌شود. الگوی پیتر ویلیامسون در ارتباط با دانش معرفی می‌شود. نیروی کاری دانش‌محور تحلیل می‌شود. تأثیر مدیریت دانش بر ساختار سازمانی و ارتباط بین مدیریت دانش و یادگیری سازمانی شرح داده می‌شود. انواع یادگیری‌های سازمانی و تغییرات سازمانی توضیح داده می‌شود. اولویت شرکت‌ها به یادگیری سطح پایین و تغییرات تدریجی تحلیل می‌شود و در انتها نیز عوامل مؤثر بر یادگیری سطح بالا و تغییرات انقلابی توضیح داده می‌شود.

عنوان فصل دوم، «تنظیم استراتژی‌های سازمانی» است. در این فصل، استراتژی‌های سازمانی توضیح داده می‌شود. مدیران از طریق برنامه‌ریزی استراتژیک می‌توانند فعالیت‌های شرکت را هدفمند ساخته و اثربخشی آن‌ها را افزایش دهند. برنامه‌ریزی استراتژیک باعث تعیین هدف‌ها براساس نقاط قوت و ضعف سازمان و فرصت‌ها و تهدیدهای محیطی می‌شود. همچنین، سازمان با استفاده از برنامه‌ریزی استراتژیک، استراتژی‌های مناسبی را برای رسیدن به هدف‌های تعیین‌شده، تنظیم و اجرا می‌کند.

عنوان فصل سوم، «اصول استراتژی‌های مدیریت دانش» است. در این فصل، کارکرد مدیریت دانش در حوزه داده‌ها توضیح داده می‌شود. کارکرد مدیریت دانش در حوزه اطلاعات، تحلیل می‌شود. الگوی بوستون در مورد مدیریت دانش شرح داده می‌شود. نقش مدیران دانش در سازمان تشریح می‌شود. عناصر کلیدی نقش رهبری مدیریت دانش تحلیل می‌شود. دانش به‌عنوان یک عنصر کلیدی کسب‌وکار تشریح می‌شود. ضعف مدیریت دانش در سازمان‌ها توضیح داده می‌شود و در نهایت، ده اصل استراتژی‌های مدیریت دانش تحلیل می‌شود.

عنوان فصل چهارم، «حوزه‌های دانش استراتژیک» است. در این فصل، چارچوب طرح کلی ساختار مدیریت دانش تحلیل می‌شود. روش‌های جمع‌آوری داده‌ها در مدیریت دانش، شامل مصاحبه و کارگاه شرح داده می‌شود. ضرورت‌ها و محرک‌های کسب‌وکار تحلیل می‌شود. تعالی کسب‌وکار، دانش مشتری، نوآوری و رشد و تغییر تشریح می‌شود. چشم‌انداز و گستره مدیریت دانش توضیح داده می‌شود. گستره چشم‌انداز تحلیل می‌شود. حوزه‌های مدیریت دانش تشریح می‌شود. حوزه‌های دانش استراتژیک معرفی می‌شود و رتبه‌بندی حوزه‌های دانش استراتژیک توضیح داده می‌شود.

عنوان فصل پنجم، «چارچوب مدیریت دانش» است. در این فصل، ارزیابی وضعیت کنونی مدیریت دانش در سازمان‌ها تحلیل می‌شود. عناصر رایج جریان دانش شرح داده می‌شوند. توانمندسازهای مدیریت دانش توضیح داده می‌شوند. سؤالات ارزیابی مدیریت دانش تشریح می‌شود. فرایند ارزیابی مدیریت دانش توضیح داده می‌شود. نتایج ارزیابی مدیریت دانش تحلیل می‌شود. چارچوب مدیریت دانش تعریف می‌شود. ضرورت وجود چارچوب مدیریت دانش در سازمان بیان می‌شود. نقش چارچوب مدیریت دانش در استراتژی مدیریت دانش تشریح می‌شود. عوامل مهم در تعریف چارچوب مدیریت دانش تشریح می‌شود. پاسخ به سؤالات در تعریف

جارجوب مدیریت دانش تحلیل می‌شود و در نهایت نیز الگوهای مدیریت دانش معرفی می‌شود.

عنوان فصل ششم، «مدیریت تغییر در اجرای استراتژی‌های مدیریت دانش» است. در این فصل، مدیریت تغییر استراتژیک تعریف می‌شود. مراحل مدیریت تغییر استراتژیک، شامل توجه به تغییرات محیطی، تفسیر تغییرات محیطی و انجام اقدام در واکنش به تغییرات محیطی توضیح داده می‌شود. ارزش تنوع در تفکر استراتژیک شرح داده می‌شود. خطر موفقیت برای سازمان‌ها تحلیل می‌شود. مزیت تفکر همانند یک فرد خارج از سازمان بیان می‌شود. تنوع جمعیت‌شناختی در مقابل تنوع شناختی تعریف می‌شود. ارزش‌گذاری سطح بالا و تغییرات انقلابی تشریح می‌شود. اهمیت رهبری در سازمان‌ها تحلیل می‌شود. الگوی رهبری تغییرات مثبت توضیح داده می‌شود. در نهایت نیز نهادهای سازشی تغییر در سازمان شرح داده می‌شود.

عنوان فصل هفتم، «نظریه استراتژی‌های مدیریت دانش» است. در این فصل، طبقه‌بندی استراتژی‌های مدیریت دانش براساس دانش، فرایند کسب‌وکار و نتایج پایانی تحلیل می‌شود. تقسیم‌بندی سیستم‌های مدیریت دانش از دیدگاه باینری توضیح داده می‌شود. برنامه‌ریزی مدیریت دانش شرح داده می‌شود. نیازسنجی و ارزیابی سازمان توضیح داده می‌شود. تنظیم استراتژی‌های مدیریت دانش تشریح می‌شود. معماری دانش کارکنان، فرایندها و فناوری‌ها تعریف می‌شود. تنظیم برنامه‌های عملیاتی توضیح داده می‌شود. فرایند استراتژی چریکی توضیح داده می‌شود. استراتژی حفظ دانش تعریف می‌شود و محرک‌های آن تشریح می‌شود. شایستگی‌های استراتژی تحلیل می‌شود و در نهایت نیز گستره و چشم‌انداز استراتژی حفظ دانش توضیح داده می‌شود.

عنوان فصل هشتم، «توانمندسازی، تفویض اختیار و تیم‌سازی در مدیریت دانش» است. در بخش اول این فصل، توانمندسازی تعریف می‌شود. سپس، نقاط ضعف سازمان‌ها در دنیای امروزی تشریح می‌شود. تفاوت توانمندسازی با قدرت توضیح داده می‌شود. ابعاد توانمندسازی، شامل احساس خودکارآمدی، احساس خودمختاری، احساس مؤثربودن، احساس ارزشمندبودن و اعتماد تحلیل می‌شود. در ادامه، اقدامات لازم برای توانمندسازی تشریح می‌شود. در بخش دوم این فصل، در مورد تفویض اختیار، مطالبی شامل ضرورت تفویض اختیار، مزایای تفویض اختیار، زمان تفویض اختیار، تصمیم در مورد افرادی که باید به آن‌ها تفویض اختیار کرد و

تصمیم در مورد نحوه تفویض اختیار، بیان می‌گردد. در بخش سوم این فصل، در مورد تیم‌ها و تیم‌سازی، مطالبی شامل نقش تیم‌ها در سازمان‌های امروزی، ادھوکراسی، تیم هوشمندی و مراحل تشکیل تیم بیان می‌شود.

دکتر علی ربیعی

دکتر محمد مهدی پرهیزگار

دکتر جمشید سالار

۱۳۹۷