

نوآوری در مدیریت دانش

تأثیر رسانه‌های اجتماعی، وب معنایی، و رایانش ابری

Innovations in Knowledge Management

*The Impact of Social Media, Semantic Web, and
Cloud Computing*

ویرایش:

Liana Razmerita | لیانا رازمریتا

Gloria Phillips-Wren | گلوریا فیلیپس-رن

Lakhmi C. Jain | لیکمی سی جین

مترجمان:

Rasool Pasha Abgarmi | رسول پاشا آبگرمی

Ali Shayesteh | علی شایسته

عنوان و نام پدیدآور : نوآوری در مدیریت دانش : تاثیر رسانه‌های اجتماعی، وب معنایی، و رایانش ابری / ویراستاران [لیانا رازمریتا، گلوریا فیلیپس-رن، ال.سی. جین] ؛ مترجمان رسول‌پاشا آبگرمی، علی شایسته ؛ ویراستار فنی و ادبی رسول پاشا آبگرمی، حسین پاشا آبگرمی.

مشخصات نشر : تهران: شرکت پیشرو فناوری قائد، ۱۳۹۷.

مشخصات ظاهری : م، ۳۹۱ص.

شابک : ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۴۹-۴۴-۹

یادداشت : عنوان اصلی: Innovations in Knowledge Management: The Impact of Social Media, Semantic Web and Cloud Computing.

عنوان دیگر : تاثیر رسانه‌های اجتماعی، وب معنایی، و رایانش ابری.

موضوع : مدیریت دانش -- نوآوری

موضوع : تکنولوژی اطلاعات -- مدیریت

موضوع : شبکه‌های اجتماعی پیوسته

شناسه افزوده : رازمریتا، لیانا، ویراستار

شناسه افزوده : فیلیپس-رن، گلوریا ای، ویراستار

شناسه افزوده : جین، ال. سی، ۱۹۴۶ - م، ویراستار

شناسه افزوده : پاشا آبگرمی، رسول، ۱۳۷۰ - مترجم

شناسه افزوده : شایسته، علی، ۱۳۴۸ - مترجم

رده بندی کنگره : ۱۳۹۷ ۹۵۳/۱۱۴۲۰

رده بندی دیویی : ۳۰۳/۶۸

شماره کتابشناسی ملی : ۵۵۷۰۵۰۵

عنوان: نوآوری در مدیریت دانش: تاثیر رسانه‌های اجتماعی، وب معنایی، و رایانش ابری

نویسندگان: لیانا رازمریتا، گلوریا فیلیپس-رن، لیکمی سی جین

مترجمان: رسول پاشا آبگرمی، علی شایسته

ویراستاری فنی و ادبی: رسول پاشا آبگرمی، حسین پاشا آبگرمی

صفحه‌آرایی: رسول پاشا آبگرمی، حسین پاشا آبگرمی، زینب قهرمانی

طراح جلد: رسول پاشا آبگرمی، مجتبی سرور

ناشر: انتشارات شرکت پیشرو فناوری قائد

نوبت چاپ: اول - ۱۳۹۸

شمارگان: ۱۰۰۰

قیمت: ۵۰,۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۷۷۴۹-۴۴-۹

آدرس: تهران - خیابان شهید آیت - خیابان کیانی ثابت - مجتمع اداری تجاری کیش - ط ۶ - واحد ۱۱

تلفن: ۷۷۲۴۱۰۱۴ فروشگاه اینترنتی: www.ebookiran.ir

تمامی حقوق معنوی و مادی این اثر اعم از چاپ، تکثیر، نسخه‌برداری و ترجمه برای ناشر محفوظ است.

درباره مجموعه

هدف مجموعه «کتابخانه مرجع سامانه‌های هوشمند» از انتشارات «اسپرینگر»، ارائه یک کتابخانه مرجع است که شامل تحولات و پیشرفت‌های نوین در تمام جنبه‌های سامانه‌های هوشمند در قالبی سازمان‌یافته و قابل‌دسترسی می‌باشد. این مجموعه شامل آثار، کتابچه‌ها، کتاب‌های خلاصه‌شده، کتب درسی، رساله‌های سازمان‌یافته، فرهنگ‌های لغت، و دایره‌المعارف‌ها، مرجع است. دانش یکپارچه و اطلاعات اخیر در زمینه سامانه‌های هوشمند در این مجموعه ارائه می‌شود. همچنین، مجموعه دربرگیرنده نظریه، عمل، و روش‌های طراحی سامانه‌های هوشمند است. تقریباً تمام رشته‌ها از جمله مهندسی، علوم رایانه، ارتباطات هوایی، کسب‌وکار، تجارت الکترونیک، گازیس، بهداشت و درمان، فیزیک، و علوم زیستی در این مجموعه گنجانده شده‌اند.

اطلاعات بیشتر درباره این مجموعه از طریق آدرس زیر قابل‌دسترسی است:

<http://www.springer.com/search/8578>

فهرست مطالب

۱	بخش اول: مدیریت دانش، پروژه و شبکه
۱	فصل ۱) نگاهی به پیشرفت‌های اخیر در زمینه مدیریت دانش
۲	چکیده
۳	۱-۱ مقدمه
۶	۲-۱ تکامل مدیریت دانش از دیدگاه تاریخی
۸	۳-۱ مدیریت دانش، پروژه‌ها و شبکه‌ها
۱۳	۴-۱ دیدگاه‌های نظری درباره مدیریت دانش
۱۵	۵-۱ یک رویکرد مشارکتی شبکه‌محور
۱۶	۱-۵-۱ بیان شبکه‌ای
۱۹	۱-۶-۱ مدیریت دانش: استفاده از رسانه‌های اجتماعی
۲۲	۱-۶-۱ یک رویکرد نوین برای جذب/کسب دانش
۲۵	۷-۱ نتیجه‌گیری
۲۵	۱-۷-۱ اختصار
۲۹	منابع
۳۱	فصل ۲) ارائه روشی نوین برای استفاده از دانش پروژه
۳۲	چکیده
۳۳	۱-۲ انگیزه
۳۶	۲-۲ مدیریت دانش: فرایندها، نقش‌ها، و پشتیبانی سازمانی
۳۹	۱-۲-۲ فرایند مدیریت دانش
۴۳	۲-۲-۲ بررسی نقش‌ها در مدیریت دانش
۴۵	۳-۲-۲ پشتیبانی فناورانه از مدیریت دانش
۴۷	۴-۲-۲ نیاز به روشی نوین برای استفاده مجدد از دانش پروژه
۵۳	۲-۲ روش استفاده مجدد از دانش پروژه
۵۴	۳-۲-۲ انواع جلسات دروس آموخته‌شده
۵۷	۲-۲-۲ روش استفاده مجدد از دانش پروژه
۷۰	۳-۲-۲ نمونه‌ای از پیاده‌سازی روش استفاده مجدد از دانش پروژه
۷۵	۴-۲ خلاصه
۷۹	منابع
۸۱	فصل ۳) مدیریت دانش و شبکه‌های اجتماعی سازمانی: محتوا در مقابل همکاری
۸۲	چکیده
۸۳	۱-۳ مقدمه
۸۵	۱-۱-۳ اهداف مقاله
۸۶	۲-۱-۳ نمای کلی مقاله
۸۷	۲-۳ پیشینه: مدیریت دانش و رسانه‌های اجتماعی
۸۷	۱-۲-۳ مدیریت دانش سازمانی

۲-۲-۲	رسانه‌های اجتماعی و وب ۲۰۰	۸۸
۳-۳	شبکه‌های اجتماعی سازمانی	۹۲
۱-۳-۳	تعریف	۹۳
۲-۳-۳	محدودیت‌های شبکه‌های اجتماعی سازمانی	۹۴
۳-۳-۳	سایر مسائل مرتبط با شبکه‌های اجتماعی سازمانی	۹۶
۴-۳-۳	پژوهش‌های قبلی منتخب درباره شبکه‌های اجتماعی سازمانی	۹۷
۴-۳	مدل‌های محتوایی مدیریت دانش	۹۹
۱-۴-۳	مدل‌های مخزن در مقابل مدل‌های رهبری دانش	۹۹
۲-۴-۳	کنترل متمرکز در مقابل کنترل غیرمتمرکز	۱۰۱
۳-۴-۳	آمده‌سازی دانش بیش از زمان موعود یا استفاده از دانش بهنگام	۱۰۱
۴-۴-۳	تعبیه محتوای دانش در فرایندها	۱۰۲
۵-۴-۳	محتوا و فلسفه مدیریت	۱۰۲
۶-۴-۳	نگر داور، آمده‌سازی، و تعبیه محتوا برای رهبران یا مخازن متمرکز	۱۰۳
۱-۴-۳	روانش محتوایی در مدیریت دانش	۱۰۴
۵-۳	مدل‌های همکاری، مدیریت دانش	۱۰۵
۵-۳	نشر رفتار در شبکه‌های اجتماعی	۱۰۵
۲-۵-۳	همکاری و ارتباطات	۱۰۶
۳-۵-۳	تعبیه همکاری در فرایندها	۱۰۷
۴-۵-۳	فلسفه مدیریت	۱۰۸
۵-۵-۳	پژوهش همکاری در مدیریت دانش	۱۰۸
۶-۳	نظریه‌های کم‌کوشی، تبادل، و سلسله‌مراتب	۱۰۸
۱-۶-۳	اصل کم‌کوشی	۱۰۹
۲-۶-۳	نظریه تبادل اجتماعی	۱۱۱
۳-۶-۳	نظریه سلسله‌مراتب در امور مالی و مدیریت دانش	۱۱۲
۴-۶-۳	سلسله‌مراتب محتوا و همکاری	۱۱۴
۷-۳	تسهیم دانش شخصی: محتوا در مقابل همکاری	۱۱۵
۱-۷-۳	عرضه و تقاضای دانش شخصی برای محتوا	۱۱۵
۲-۷-۳	عرضه و تقاضای دانش شخصی برای همکاری	۱۱۷
۳-۷-۳	محتوا در مقابل همکاری: ارزش مشارکت‌ها	۱۱۸
۸-۳	تلفیق محتوا و همکاری	۱۱۸
۱-۸-۳	تعبیه محتوا یا همکاری در فرایندها	۱۱۹
۲-۸-۳	قرار دادن محتوا و همکاری در کنار یکدیگر	۱۲۰
۳-۸-۳	محتوای مشارکتی در مقابل تبدیل همکاری به محتوا	۱۲۱
۴-۸-۳	موضوعات پژوهشی نوظهور درباره محتوا و همکاری	۱۲۱
۹-۳	مطالعه موردی شرکت پرایس واتر هاوس کوپرز	۱۲۲
۱-۹-۳	انگیزه استفاده از جابو	۱۲۳
۲-۹-۳	ویژگی‌های کلیدی سامانه	۱۲۴
۳-۹-۳	تأثیر فرهنگ بر شبکه‌های اجتماعی سازمانی	۱۲۵
۱۰-۳	موضوعات پژوهشی نوظهور	۱۲۵
۱۱-۳	خلاصه، نقش کمکی و بسط موضوعی مقاله	۱۲۷
	تقدیر و تشکر	۱۲۸
	منابع	۱۲۹

۱۳۲	چکیده
۱۳۳	۱-۴ مقدمه
۱۳۵	۲-۴ مرور ادبیات
۱۳۵	۱-۲-۴ تأثیر رسانه‌های اجتماعی
۱۳۷	۲-۲-۴ نقش‌های خبرگی و شبکه‌های فعلیتی
۱۴۰	۳-۲-۴ وابستگی کارمندان
۱۴۳	۴-۲-۴ تأثیر عبوری‌های اطلاعات و ارتباطات بر حس وابستگی کارمندان
۱۴۴	۳-۴ طراحی پژوهش
۱۴۴	۱-۳-۴ جمع‌آوری داده‌ها
۱۴۶	۲-۳-۴ روش‌ها
۱۴۸	۴-۴ تجزیه و تحلیل داده‌ها و نتایج
۱۵۵	۴-۴ بررسی و ارتباط با سایر پژوهش‌ها
۱۶۳	۴-۴ نتیجه‌گیری و چشم‌انداز
۱۶۵	تقدیر و تشکر
۱۶۶	منابع

بخش دوم: مدیریت دانش: بسته‌های رسانه‌های اجتماعی: عوامل مؤثر در به کارگیری و استفاده از آن‌ها ۱۶۹

فصل ۵) بررسی به کارگیری نرم‌افزارهای اجتماعی توسط مشاوران مدیریتی: دسته‌های استفاده و به کارگیری

۱۷۱	برای مدیریت دانش
۱۷۲	چکیده
۱۷۳	۱-۵ مقدمه
۱۷۵	۲-۵ پیشینه نظری
۱۷۵	۱-۲-۵ مشاوره مدیریت و مدیریت دانش
۱۷۹	۲-۲-۵ نرم‌افزارهای اجتماعی
۱۸۲	۳-۵ بررسی ادبیات
۱۸۳	۱-۳-۵ پژوهش‌های پیرامون نرم‌افزارهای اجتماعی
۱۸۶	۲-۳-۵ استفاده از نرم‌افزارهای اجتماعی برای مدیریت دانش
۱۸۸	۳-۳-۵ استنتاج دسته‌های استفاده
۱۹۲	۴-۵ مطالعه تخصصی کیفی
۱۹۵	۵-۵ نتایج و بررسی
۱۹۶	۱-۵-۵ دسته‌های استفاده
۲۰۲	۲-۵-۵ دسته‌های به کارگیری
۲۰۸	۶-۵ نتایج و چشم‌انداز
۲۱۱	منابع

فصل ۶) رسانه‌های اجتماعی در شرکت‌های آلمانی: تحلیلی مبتنی بر مصاحبه ۲۱۵

۲۱۶	چکیده
۲۱۷	۱-۶ مقدمه
۲۱۸	۲-۶ روش‌شناسی
۲۱۹	۳-۶ فعالیت‌های مرتبط
۲۲۱	۱-۳-۶ تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تسهیم دانش
۲۲۳	۲-۳-۶ پذیرش و مشارکت کارمندان

۳۳۵	۳-۳-۶ نگیزه کارکنان برای تسهیم دانش
۳۳۹	۴-۶ نتایج مصاحبه
۳۳۵	۵-۶ بررسی
۳۳۵	۱-۵-۶ تأثیر رسانه‌های اجتماعی بر تسهیم دانش داخلی
۳۳۶	۲-۵-۶ پذیرش و مشارکت کارکنان
۳۴۲	۳-۵-۶ نگیزه کارکنان برای تسهیم دانش
۳۴۴	۶-۶ نتیجه‌گیری و پژوهش‌های آتی
۳۴۸	منابع

فصل ۷) کاربرد برنامه‌های رسانه‌های اجتماعی برای تبادل دانش در سازمان‌ها: ملزومات، کاربردها، و پذیرش

۳۵۱	کاربران در محیط‌های صنعتی و علمی
۳۵۲	چکیده
۳۵۳	۱-۷ مقدمه: چالش دانش ۲,۰
۳۵۵	۱-۷ ارتباط مقاله
۳۵۶	۲-۱-۷ اختار مقاله
۳۵۹	۳-۷ تبادل دانش مبتنی بر رسانه‌های اجتماعی در سازمان‌ها
۳۶۰	۱-۳-۷ رسانه‌های اجتماعی: سوواسطه‌ای برای تبادل دانش
۳۶۲	۲-۳-۷ رسانه‌های اجتماعی به عنوان یک عامل موفقیت در تبادل دانش
۳۶۶	۳-۳-۷ آماده‌سازی و پذیرش اطلاعات
۳۶۹	۴-۳-۷ پسترهای فناوری
۳۷۲	۵-۳-۷ عامل انسانی در تبادل دانش از طریق رسانه‌های اجتماعی در زمینه‌های حرفه‌ای
۳۷۶	۳-۷ رسانه‌های اجتماعی استفاده‌شده در تبادل دانش
۳۷۷	۱-۳-۷ روش‌شناسی
۳۷۸	۲-۳-۷ پروژه تحقیقاتی: آینک: نوآوری از طریق جراح کارشناسی در زمان تغییرات جمعیتی
۳۸۸	۳-۳-۷ توسعه زمینه از محیط صنعتی به علمی
۳۹۵	۴-۷ نتیجه‌گیری
۳۹۸	تقدیر و تشکر
۳۹۹	منابع

بخش سوم: رویکردها و فناوری‌های نوین برای اکتساب دانش

فصل ۸) تأمین دانش آگاه به زمینه و فرایندمحور: نمونه‌ای از حوزه توسعه نرم‌افزار

۳۰۶	چکیده
۳۰۷	۱-۸ مقدمه
۳۱۱	۲-۸ مروری اجمالی بر رویکردهای حوزه مهندسی نرم‌افزار
۳۱۵	۳-۸ مسائل فعلی
۳۱۶	۱-۳-۸ حوزه‌های مشکل
۳۱۹	۲-۳-۸ الزامات اساسی
۳۲۱	۴-۸ رویکرد تأمین خودکار دانش
۳۲۱	۱-۴-۸ مفهوم تأمین دانش انتزاعی
۳۲۴	۲-۴-۸ چارچوب تأمین دانش
۳۲۹	۵-۸ تأمین خودکار دانش در فرایندها
۳۳۰	۱-۵-۸ نیازهای تأمین دانش

۳۳۱	۲-۵-۸ مولفه‌های تأمین دانش
۳۳۳	۳-۵-۸ فرایند تأمین دانش
۳۳۵	۴-۵-۸ نمونه‌ای از تأمین دانش
۳۳۹	۶-۸ انطباق زمینه‌ای و دانش‌بنیاد فرایندها
۳۳۹	۱-۶-۸ مفهوم انطباق زمینه‌ای و دانش‌بنیاد فرایندها
۳۴۲	۲-۶-۸ نیازهای انطباق زمینه‌ای و دانش‌بنیاد فرایندها
۳۴۴	۳-۶-۸ مفهوم گسترده انطباق زمینه‌ای و دانش‌بنیاد فرایندها
۳۴۸	۷-۸ پشتیبانی از فرایند مشارکتی دانش‌بنیاد
۳۴۸	۱-۷-۸ نیازهای تشریفه همکاری
۳۴۹	۲-۷-۸ مفهوم پشتیبانی از همکاری
۳۵۱	۸-۸ خلاصه و نتیجه‌گیری
۳۵۲	نامنه
۳۵۵	منابع

فصل ۹) بدعوی ترسیم ای اجتماعی کمایش بی‌درنگ برای سازمان‌ها ۳۵۹

۳۶۰	چکیده
۳۶۱	۱-۹ مقدمه
۳۶۳	۲-۹ پیشینه و فعالیتهای مرتبط
۳۶۴	۱-۲-۹ محیط‌های سازمان و توزیع دانش
۳۶۶	۲-۳-۹ طبقه‌بندی رویکردهای شعری
۳۶۹	۳-۲-۹ رویکردهای نمودار محور
۳۷۲	۳-۹ مورد استفاده و نیازها
۳۷۳	۱-۳-۹ موارد استفاده
۳۷۵	۲-۳-۹ نیازهای شخصی سازی برای بستر توزیع یافته ADVANSSE
۳۷۶	۴-۹ بستر اجتماعی توزیع یافته ADVANSSE
۳۷۷	۱-۴-۹ قراردادهای مورد استفاده برای همگام سازی داده‌ها
۳۸۱	۲-۴-۹ طراحی ADVANSSE
۳۸۱	۳-۴-۹ کار ساز ADVANSSE
۳۸۳	۴-۴-۹ بسترهای اجتماعی متصل به ADVANSSE
۳۸۴	۵-۹ به کارگیری فعال سازی گسترشی در ADVANSSE
۳۸۵	۱-۵-۹ الگوریتم فعال سازی گسترشی
۳۸۷	۲-۵-۹ کاربرد در موارد استفاده از ADVANSSE
۳۸۹	۳-۵-۹ ارزیابی کیفی
۳۹۰	۶-۹ پیاده سازی نمونه نمایشی
۳۹۰	۱-۶-۹ داده‌های نمونه
۳۹۶	۲-۶-۹ کار ساز ADVANSSE
۴۰۲	۳-۶-۹ الگوریتم توصیه
۴۰۶	۴-۶-۹ بسترهای اجتماعی متصل به ADVANSSE
۴۰۷	۷-۹ نتایج
۴۰۸	تقدیر و تشکر
۴۰۹	منابع

۴۱۲	چکیده
۴۱۳	۱-۱۰ مقدمه
۴۱۷	۳-۱۰ مفاهیم اصلی و فعالیت‌های مرتبط
۴۱۷	۱-۲-۱۰ مدیریت تنش فرایند محور و نقش مدل سازی فرایند
۴۲۰	۲-۲-۱۰ الگوی جریان کار
۴۲۲	۳-۲-۱۰ رویکرد داستان سرایی
۴۲۵	۳-۱۰ مدل سازی فرایند با داستان سرایی
۴۲۵	۱-۳-۱۰ ابزار مدل سازی
۴۲۹	۲-۳-۱۰ مقایسه داستان سرایی با جریان کار
۴۳۶	۴-۱۰ مطالعه موردی
۴۳۶	۱-۴-۱۰ طراحی مطالعه موردی
۴۴۰	۲-۴-۱۰ تشریح مورد و نتایج
۴۵۱	۵-۱۰ نتیجه گیری
۴۵۶	منابع
۴۵۹	واژه نامه