

برنام آنکه جان را فکرت آموخت

مدیریت دانش

مؤلفین:

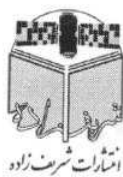
دکتر سیداحمد شهبان احمدی

(عضو هیات علمی دانشگاه آزاد اسلامی واحد فیروزکوه)

سمیرا صوری

(مدرس دانشگاه)

سرشناسه
 عنوان و نام پدیدآور
 مشخصات نشر
 مشخصات ظاهری
 شابک
 وضعیت فهرست نویسی
 یادداشت
 موضوع
 موضوع
 موضوع
 موضوع
 موضوع
 موضوع
 شناسه افروده
 رده بندی کنگره
 رده بندی دیویی
 شماره کتابشناسی ملی
 سرشناسه
 عنوان و نام پدیدآور
 مشخصات نشر
 مشخصات ظاهری
 شابک
 شیت الحمدي، سيداحمد، ۱۳۵۸ -
 مدیریت دانش/ مولفين سيداحمد شيت الحمدي، سميرا صوري.
 تهران: انتشارات شريفزاده، ۱۳۹۵.
 س، ۲۳۸ ص.: مصور (بخشي رنگي)، جدول.
 ۲۵۰۰۰۰ ريال/۹۷۸-۸۱-۰۵-۸-600-8481-05-8
 فيبا
 كتابنامه: ص. [۲۳۱] - ۲۳۸.
 مدیریت دانش
 Knowledge management
 کارافزینی
 Entrepreneurship
 سرمایه فکری- مدیریت
 Intellectual capital- Management
 صوري، سميرا، ۱۳۶۲ -
 ۲/۲۰HD: ۴۱۳۹۵م
 ۲۰۳۷/۶۵۸:
 ۲۳۸۷۴۰۳: شیت الحمدي، سيداحمد، ۱۳۵۸ -
 مدیریت دانش/ مولفين سيداحمد شيت الحمدي، سميرا صوري.
 تهران: انتشارات شريفزاده، ۱۳۹۵.
 س، ۲۳۸ ص.: مصور (بخشي رنگي)، جدول.
 ۲۵۰۰۰۰ ريال/۹۷۸-۸۱-۰۵-۸-600-8481-05-8



عنوان کتاب
 مؤلفین
 ناشر
 صفحه آرای
 نوبت و سال چاپ
 تیراژ
 قیمت
 شابک
 مدیریت دانش
 دکتر سید احمد شیت الحمدي و سميرا صوري
 شريفزاده
 هانی توانايان فرد
 اول - ۱۳۹۵
 ۲۰۰
 ۲۵۰۰۰ تومان
 978-600-94762-05-8

«کلیه حقوق برای انتشارات شریفزاده محفوظ است»

مرکز پخش و فروش: تهران- خ انقلاب- روبروی سینما بهمن- جنب بانک صادرات- پ
 ۱۳۵۶- کتابفروشی محسن - تلفن ۰۲۱-۶۶۴۹۲۶۶۲

پیشگفتار

حرکت به سوی جامعه‌های مبتنی بر دانش مقوله‌ای است که امروزه در همه جا مورد بحث واقع می‌شود. ظهور و بروز فناوری اطلاعات و ارتباطات و نفوذ آن به تمامی ابعاد زندگی بشر، پارادایم‌های جدیدی را پیش روی همگان قرار داده و زندگی بشر را متحول ساخته است (انصاری و همکاران، ۲۰۱۲). سازمانها نیز از این امر مستثنی نبوده و در همین راستا دچار تغییرات و تحولات زیادی شده‌اند. سازمانها نیز در عصر تحولات روزافزون و شتابان، به منظور کسب مزیت رقابتی و جهت ادامه بقا و حیات و مقابله با شرایط متغیر محیطی، به استفاده از ابزارهای مدیریتی نوین، تکنیک‌ها و اصول نو روی آورده‌اند (نوناکا و تاکوچی، ۱۹۹۵). مدیریت دانش به عنوان یکی از آخرین مباحث سازمانی مطرح شده در همین راستا به کمک سازمانها آمده است. واژه مدیریت دانش در دنیای مدیریت موضوعات مختلفی را در بر می‌گیرد. علت ایجاد این نگرش به دلیل انتقال و حرکت سیستم‌های اقتصادی مبتنی بر صنعت و خدمات به سوی جامعه‌های مبتنی بر دانش و توسعه اقتصاد دانش محور است (داونپورت، ۲۰۰۱). مدیریت دانش فرآیندی است که طی آن سازمان به تولید ثروت از دانش و یا سرمایه فکری می‌پردازد (نوناکا و تاکوچی، ۱۹۹۵). به صورت بسیار ساده، مدیریت دانش فرآیندی است که طی آن سازمان به ایجاد ارزش از داراییهای فکری و دانش-محور می‌پردازد. اغلب، ایجاد ارزش مستلزم به اشتراک‌گذاری دانش بین کارکنان، بخشهای سازمانی و یا حتی سایر سازمانهاست. مدیران موفق همواره از داراییهای فکری موجود در سازمان خود استفاده کرده و به آن پی برده‌اند، اما اغلب این فعالیتها به صورت غیرسیستماتیک و ساختاریافته انجام گرفته است، به نحوی که مدیران از انتشار و گسترش دانش کسب شده در سطح سازمان اطمینان نیافته‌اند. این کتاب شامل ۷ فصل است که در دو بخش به ارائه مفاهیم می‌پردازد. بخش اول نگاهی کلی به مدیریت دانش و انواع و ویژگیهای آنها داشته در بخش دوم مفهوم سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی ارائه گردیده است.

دکتر سید احمد شیب‌الحمیدی^۱، سمیرا صبوری

تابستان ۱۳۹۵

فهرست مطالب

ج	پیشگفتار.....
۵	فصل ۱: دانش چیست.....
۵	۱-۱ مقدمه.....
۵	۲-۱ دانش.....
۵	۳-۱ معنای دانش.....
۵	فصل ۲: مبانی مدیریت دانش.....
۵	مقدمه.....
۵	دانش.....
۵	خرد.....
۵	تمایز میان داده، اطلاعات، دانش، خرد.....
۵	تبدیل داده به دانش.....
۵	انواع دانش.....
۵	دانش ضمنی.....
۵	دانش صریح.....
۵	تفاوت بین دانش صریح و دانش ضمنی.....
۵	ضرورت و اهمیت دانش.....
۵	مروری بر تاریخچه مدیریت دانش.....
۵	تاریخچه مدیریت دانش.....
۵	مدیریت دانش.....
۵	تعریف مدیریت اطلاعات.....
۵	مزایای مدیریت دانش.....
۵	مراحل فرایند مدیریت دانش.....
۶	مراحل مدیریت دانش.....

۶	الف) ایجاد دانش
۶	منابع دانش سازمانی
۶	شناسایی دانش
۶	اکتساب دانش
۶	توسعه دانش
۶	ب) ذخیره دانش
۶	فرایند های نگهداری و ذخیره دانش
۶	گزینش دانش
۶	ذخیره سازی دانش
۶	روز آمد سازی دانش
۶	فراموشی سازمانی
۶	پ) اشتراک دانش
۶	ابزارهای توزیع و اشتراک دانش
۶	شیوه های اشتراک دانش
۶	اصل کشش و فشار در توزیع دانش
۶	زیرساختهای فنی توزیع دانش
۶	موانع اشتراک دانش در سازمان
۶	ت) به کارگیری دانش
۶	موانع استفاده از دانش
۶	کوری سازمانی
۶	فصل ۳ : مدل های مدیریت دانش
۶	۳-۱ مدل های مدیریت دانش
۶	۳-۲- دسته بندی مدل ها
۷	۳-۳- رده بندی مدلها
۷	مدل های شبکه ای
۷	مدل های شناختی
۷	مدل های انجمن

- ۷..... مدل های فلسفی :
- ۷..... ۳-۴- گروه بندی از منظر نوع دانش (ضمنی / آشکار)
- ۷..... روش منفعل
- ۷..... روش نظام محور
- ۷..... روش انسان محور
- ۷..... روش پویا
- ۷..... روشهای مبتنی بر رمزگذاری
- ۷..... روشهای مبتنی بر مبنای فرد
- ۷..... روشهای مبتنی بر اجتماعی نمودن
- ۷..... ۳-۵- گروه بندی دانش بر مبنای فرایندهای دانش
- ۷..... ۳-۶- مرور کلی بر مباحث مدیریت دانش
- ۷..... مدل کلی ساختار نظامی مدیریت دانش
- ۷..... مدل مدیریت دانش برای سازمان
- ۷..... ۳-۷- مدل راهبردی مدیریت دانش
- ۷..... ۳-۸- مدل زنجیره دانش
- ۷..... ۳-۹- مدل چهار حلقه ای مدیریت دانش
- ۷..... ۳-۱۰- سیستم های مدیریت دانش
- ۷..... ۳-۱۱- مدیریت دانش نوین
- ۷..... ۳-۱۲- فواید سیستم های مدیریت دانش
- ۷..... ۳-۱۳- ارزیابی مدیریت دانش
- ۸..... مدل هیسک
- ۸..... مدل ادل و گریسون
- ۸..... ۱- فرایندهای مدیریت دانش:
- ۸..... ۲- فراهم کننده های مدیریت دانش:
- ۸..... مدل «هفت سی»
- ۸..... مدل پایه های ساختمان دانش
- ۸..... مدل SECI
- ۸..... مدل نوناکا و تاکوچی
- ۸..... استفاده از فناوری در چهارچوب مدل نوناکا و تاکوچی:

- ۸ استفاده از فناوری در فرایند دانش پنهان به پنهان :
- ۸ استفاده از فناوری در فرایند دانش پنهان به آشکار :
- ۸ استفاده از فناوری در فرایند دانش آشکار به آشکار :
- ۸ استفاده از فناوری فرایند دانش آشکار به پنهان :
- ۸ انواع دانش از دیدگاه نوناکا
- ۸ فرایند SECI (مدل نوناکا و تاکوچی)
- ۸ استراتژی دانش
- ۸ فصل ۴: استراتژیک دانش
- ۸ تسهیم دانش سازمانی
- ۸ تعاریف تسهیم دانش سازمانی
- ۸ اهمیت تسهیم دانش سازمانی
- ۸ دیدگاه‌های مختلف در زمینه انواع فعالیت‌های تسهیم دانش
- ۹ کانال‌های موثر بر تسهیم دانش در سازمان
- ۹ حالت‌های مختلف انتقال دانش
- ۹ محیط کاری مناسب برای تسهیم دانش سازمانی
- ۹ گروه‌های تسهیم تجربه
- ۹ منافع تسهیم دانش در سازمان
- ۹ موانع بالقوه تسهیم دانش
- ۹ موانع بالقوه فردی تسهیم دانش
- ۹ موانع بالقوه سازمانی تسهیم دانش
- ۹ موانع بالقوه فناوری در زمینه تسهیم دانش
- ۹ عوامل موثر در تسهیم دانش سازمانی
- ۹ عوامل موثر بر تسهیم دانش سازمانی در پژوهش حاضر
- ۹ عوامل فردی
- ۹ خشنودی از کمک به دیگران

- ۹..... خودکارآمدی دانش:
- ۹..... عوامل تکنولوژیکی^۱
- ۹..... عوامل سازمانی^۱
- ۹..... پاداش‌های سازمانی^۲
- ۹..... حمایت درونی

- ۹..... فصل ۵: مدیریت دانش و کارآفرینی سازمانی
- ۹..... کارآفرینی
- ۹..... فرآیند کارآفرینی، سازمانی
- ۹..... ویژگی‌های سازمانی
- ۹..... ویژگی‌های فردی
- ۹..... حادثه ناگهانی
- ۱۰..... تصمیم به انجام فعالیت، اراده، پند سازمانی
- ۱۰..... برنامه ریزی کار - امکان سنجی
- ۱۰..... قابلیت دسترسی به منابع
- ۱۰..... توانایی غلبه بر موانع
- ۱۰..... اجرای تفکر
- ۱۰..... عوامل موثر بر تسهیل کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... - رابطه میان استراتژی تنوع و کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... رابطه میان ظرفیت‌ها و کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... رابطه میان یادگیری سازمانی و کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... - ابعاد کارآفرینی درون سازمانی
- ۱۰..... - رابطه میان خلاقیت سازمانی و کارآفرینی درون سازمانی
- ۱۰..... - نوآوری در فرآیند تولید و ارائه محصول / خدمت
- ۱۰..... - تجدید ساختار درونی
- ۱۰..... - ریسک‌پذیری
- ۱۰..... موانع کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... کنترل شدید
- ۱۰..... سیستم تشویق و ارائه پاداش

- ۱۰..... فرهنگ سازمان (محافظة کارانه)
- ۱۰..... توجه به سود کوتاه مدت
- ۱۰..... تفاوت‌های فرهنگ سنتی سازمانی با فرهنگ کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... فرهنگ سنتی سازمانی
- ۱۰..... ایجاد مدل کارآفرینی سازمانی
- ۱۰..... ویژگی‌های فردی
- ۱۱..... حادثه ناگهانی تغییر محیطی
- ۱۱..... تصمیم به انجام فعالیت کارآفرینانه سازمانی
- ۱۱..... برنامه ریزی جاری - امکان سنجی
- ۱۱..... قابلیت دسترسی
- ۱۱..... توانایی غلبه بر موانع
- ۱۱..... اجرای تفکر
- ۱۱..... فصل ۶: سرمایه فکری و سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... مقدمه
- ۱۱..... ۲-۶ مفهوم سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۳ زمینه تاریخی سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۴ نظریه‌های سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۵ کارکردهای سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۶ سرمایه اجتماعی در اندیشه جامعه‌شناسان کلاسیک
- ۱۱..... ۲-۷ عناصر و مولفه‌های سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۸ رویکرد فردی و جمعی به سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۹ اهمیت سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۱۰ مدل‌هایی برای سنجش سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۱۱ مدل کیفی سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۱۲ مدل کمی برای اندازه‌گیری سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۱۳ مزایای سرمایه اجتماعی
- ۱۱..... ۲-۱۴ خطرات ناشی از بکارگیری سرمایه اجتماعی

- ۱۵-۲ مدل های مختلف سرمایه اجتماعی ۱۱
- ۱۵-۲-۱ مدل سرمایه اجتماعی ناهایت و گوشال (۱۹۹۸) ۱۱
- ۱۵-۲-۲ مدل سرمایه اجتماعی و ایجاد ارزش تسای و گوشال ۱۱
- ۱۵-۲-۳ مدل سرمایه اجتماعی پاکستون (۱۹۹۹) ۱۲
- ۱۵-۲-۴ مدل ساختاری سرمایه اجتماعی پاتنام و کلمن ۱۲
- ۱۶-۲ انتخاب مدل مورد استفاده و دلیل انتخاب ۱۲
- ۱۷-۲ ابعاد سرمایه اجتماعی براساس مدل ناهایت و گوشال ۱۲
- ۱۸-۲ عنصر ساختاری ۱۲
- ۱۹-۲ عنصر ساختاری ۱۲
- ۲۰-۲ عنصر رابطه ای ۱۲
- ۲۱-۲ تاریخچه پیش از مفهوم سرمایه فکری ۱۲
- ۲۲-۲ تعاریف سرمایه فکری ۱۲
- جمع بندی تعاریف مولف ها: سرمایه فکری در چارچوب های مختلف ۱۲
- ۲۳-۲ مدل های سنجش سرمایه فکری ۱۲
- ۲۴-۲ عملکرد و سنجش عملکرد ۱۲
- ۲۵-۲ سنجش سرمایه فکری ۱۲
- ۲۶-۲ مدل های توصیفی سنجش سرمایه فکری ۱۲
- ۲۷-۲ مدل سنجش عملکرد اثر بخش (کیوی تایس) ۱۲
- ۲۸-۲ مدل ترازنامه ی نامشهود (IBS) ۱۲
- ۲۹-۲ مدل مقایسه ی ارزش بازاری و ارزش دفتری (MBV) ۱۲
- ۳۰-۲ مدل بنتیس ۱۲
- ۳۱-۲ ابعاد سرمایه فکری بر اساس مدل بنتیس ۱۲
- ۳۲-۲ انتخاب مدل مورد استفاده و دلیل انتخاب ۱۲
- ۳۳-۲ ویژگی های سرمایه فکری ۱۲
- ۳۴-۲ دیدگاه های سرمایه فکری ۱۲
- ۳۵-۲ سرمایه انسانی ۱۲
- ۳۶-۲ سرمایه رابطه ای ۱۳
- ۳۷-۲ سرمایه ساختاری ۱۳

- ۳۸-۲ سرمایه انسانی، اجتماعی، عاطفی و روابط میان آنها ۱۳
- ۳۹-۲ اهداف اندازه‌گیری سرمایه فکری ۱۳
- ۴۰-۲ مدیریت سرمایه فکری ۱۳
- ۴۱-۲ گزارشگری سرمایه فکری ۱۳
- فصل هفتم: مدیریت دانش مشتری ۱۳
- ۲-۶ دانش مشتری ۱۳
- ۲-۷ مدیریت ارتباط با مشتری ۱۳
- ۲-۷-۱ تک‌روزی CRM و دسته‌بندی‌های عملکردی ۱۳
- ۲-۷-۲ CRM عایقی ۱۳
- ۲-۷-۳ CRM حلیلی ۱۳
- ۲-۷-۴ CRM تجمعی ۱۳
- ۲-۷-۵ جریانهای دانش در برابر مدیریت ارتباط با مشتری ۱۳
- ۲-۸ مدیریت دانش مشتری ۱۳
- ۲-۸-۱ مقایسه دانش مشتری با مدیریت دانش و مدیریت ارتباط با مشتری ۱۳
- ۲-۸-۲ پنج سبک مدیریت دانش مشتری و نحوه بهره‌برداری از آنها ۱۳
- منابع و مآخذ ۱۳
- الف) فارسی: ۱۳
- منابع انگلیسی: ۱۳