

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی

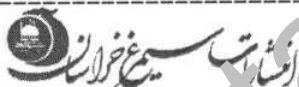
حیدر موسوی

موسسه آموزشی

انتشارات سیمرغ خراسان

۱۳۹۵

سرشناسه :	موسوی، مجید، ۱۳۶۷ -
عنوان و نام پدیدآور :	مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی / مولفان مجید موسوی ، معصومه موسوی.
مشخصات نشر :	مشهد: سیمرغ خراسان، ۱۳۹۶.
مشخصات ظاهری :	۹۰ص: ۲۱/۵×۱۴/۵؛ س.م.
شابک :	۹۷۸-۶۰۰-۸۰۱۴-۰۵-۸
وضعیت فهرست نویسی :	فیا
موضوع :	مدیریت دانش
موضوع :	Knowledge management
موضوع :	مشاوره آموزشی
موضوع :	Educational counseling
شناسه افزودن :	موسوی، معصومه، ۱۳۶۶
ردیف بایگ نگاره :	HDP۳۰/۲/م۸۳۵م۴ ۱۳۹۶
رده بندی دیویی :	۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتابخانه :	۴۶۵۰۷۳۰



۰۹۱۵۷۰۰۱۰۳۰

۰۹۱۵۴۷۶۰۰۱۰۳۰

نام کتاب: مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی

مؤلفان: مجید موسوی - معصومه موسوی

ناشر: انتشارات سیمرغ خراسان

طراح جلد: مجید موسوی

نوبت چاپ: اول / ۱۳۹۶

شمارگان: ۱۰۰۰ جلد

قطع: رقعی

چاپ و صحافی: مدیران

شابک: ۹۷۸-۶۰۰-۸۰۱۴-۰۵-۸

قیمت: ۶۰۰۰ تومان

فصل اول - مدیریت دانش

- ۱۳ دانش و مدیریت دانش
- ۱۸ انواع دانش
- ۲۲ فرآیندهای مدیریت دانش
- ۳۰ دلایل سازمان ها و موسسات مشاوره تحصیلی برای حرکت به سوی مدیریت دانش

فصل دوم - مدل کسب و کار

- ۳۵ مدل کسب و کار
- ۳۶ تعاریف مدل کسب و کار
- ۴۴ تاریخچه مدل کسب و کار
- ۴۸ اجزای تشکیل دهنده مدل کسب و کار
- ۵۶ عوامل تأثیرگذار در تغییر مدل کسب و کار

فصل سوم - مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی

- ۶۱ مقدمه
- ۶۱ ایجاد نوآوری در مدل کسب و کار استروالدنر توسط مدیریت دانش
- ۷۵ اقدام دانشی مربوط به موسسات مشاوره تحصیلی در هر یک از اجزاء نه گانه مدل استروالدنر

فصل چهارم - نتیجه گیری و پیشنهادات

- ۸۴ پیشنهادات برگرفته از یافته های پژوهش
- ۸۴ پیشنهادات اجرایی
- ۸۶ پیشنهادات تحقیقاتی

امروزه مدیریت دانش را می توان به عنوان یک مفهوم میان رشته ای تلقی کرد و یکی از موضوعات بسیار مطرح سال های اخیر در مدیریت های سازمانی می باشد. سازمان ها برای بدست آوردن توانایی رقابتی، بهره وری بیشتر، تحقق اهداف خود نیازمند دانش مبتنی بر اطلاعات می باشند. روند مراحل رشد و بلوغ مدیریت دانش را می توان به چهار مرحله کاملاً مشخص تقسیم نمود.

مرحله اول (۱، ۲) به رجه به فناوری اطلاعات با نگاه درونی یعنی تمرکز بر روی بهره وری سازمانی بوده و با نصب و راه اندازی انواع پایگاه داده ها در سال های ۱۹۹۲ ادامه پیدا کرد. مرحله دوم کارهای مجزای اقتصاددانان بود که توسط یتس در مقاله ای تلفیق و ارائه شد و تمرکز بر روی مشتری بود یعنی با قدرت اعمال دانایی درباره مشتریان باید به آنها بهتر خدمت کرد. مرحله سوم (۲۰۰۴-۱۹۹۴) در واقع مرحله تعاملی بود. صفحه های وب - تکنولوژی اطلاعاتی تعاملی، که با خود ارزش اینترنت محور را بوجود آورد. مرحله چهارم ارزش دانش افراد است. علی رغم آنکه به نظر می آید به قدیمی دارد در مرحله نوزادی بسر می برد اما بسیار امید بخش است زیرا به موضوعات انسانی می اندیشد مانند: چگونه می توان توانایی اعضاء سازمان را برای خلق دانش جدید به حد اعلا ارتقاء داد؟ چگونه می توان محیط های هدایت کننده برای سهیم سازی دانش ایجاد کرد. پیتر دراگر (۱۹۹۸) در

کتاب خود تحت عنوان جامعه پسا سرمایه داری، این مفهوم از دانش سازمانی را مورد تایید قرار می دهد و بیان می کند: «مهم ترین منبع اقتصادی، یعنی ابزارهای تولید، دیگر سرمایه یا منبع طبیعی و یا نیروی کار نیستند. این منابع اقتصادی، بنیاد دانش است و خواهد بود». (ابطحی، ۱۳۸۵).

بطور کلی با توجه به مراحل رشد مدیریت دانش می توان مشاهده نموده که بهره وری موسسات، توجه به مشتری، فناوری اطلاعات و آموزش نیروی انسانی در این مراحل مورد توجه بوده و جهت افزایش بهره وری موسسات مشاوره تحصیلی لازم است تا به مولفه های مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی توجه سه و به ارتباط میان مولفه های مدیریت دانش و موسسات مشاوره تحصیلی پی برد. با توجه به اهمیت این مساله، در این پژوهش سعی خواهد تا نقش مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی مورد مطالعه قرار گیرد.

امروزه دانش به عنوان یک دارایی استراتژیک و کلیدی شناخته می شود. مدیرانی که با آموزه های فکری دراکر آشنایی دارند، اکنون این واقعیت را به رسمیت می شناسند که دانش می تواند ابزاری بسیار پر قدرت و استراتژیک در یک ب و کار به شمار رود. این دانش در واقع یک دارایی سازمانی است که سازمان را قادر می سازد به مزیت های رقابتی مهمی دست یابد (افرازه، ۱۳۸۵).

مدیران کارآمد امروزی باید داده های لازم را از سیستم های تولیدی، پایگاه های داده و منابع داخلی و خارجی متعدد بدست آورند. این گونه

مدیران برای اینکه بتوانند از مزیت‌های رقابتی برخوردار شوند، باید داده‌های خام را تجزیه و تحلیل و تفکیک نموده، آن‌ها را به اطلاعات معنادار سازمانی تبدیل و سپس این اطلاعات را به دانش مفید سازمانی مبدل سازند. به این ترتیب مبحث مدیریت دانش، براساس نیاز دنیای امروز به تسلط بر دانش‌ها و افزایش آن‌ها و افزایش نقش آن‌ها در محصولات (اعم از محصول و خدمات) پدید آمده است. دراکر^۱، (۱۹۹۸).

سازمان‌ها عموماً منظور تسهیم دانش در بین کارکنان، انتشار برترین شیوه‌های انجام کار و کاهش دوباره‌کاری‌ها به دنبال پیاده‌سازی مدیریت دانش می‌باشند. مدیریت دانش فرصت‌هایی را به منظور کاهش هزینه‌ها، بهبود عملکرد منابع انسانی، سرمایه و دیگر مزایای رقابتی را برای هر سازمانی فراهم می‌آورد. ژنکس^۲ (۲۰۰۷) بیان می‌نماید: سازمان‌های بزرگ دنیا از پیاده‌سازی مدیریت دانش مزایایی از قبیل افزایش همکاری‌ها در سازمان، ارتباطات مطلوب‌تر، افزایش سطح مهارت‌های کارکنان، تصمیم‌گیری بهتر و افزایش نوآوری را بدست آورده‌اند.

هرچند نمونه‌های موفق پیاده‌سازی مدیریت دانش فراوان است، شکست‌های گسترده‌ای نیز گزارش شده است استانکوسکی^۳، (۲۰۰۵). سازمان‌ها به دلیل رویکردهایی که در پیاده‌سازی مدیریت دانش داشته‌اند، شکست خورده‌اند.

1 . Drucker

2 . Genex

3 . Stankowsky

مطالعات نشان می‌دهند حدود ۷۷ درصد سازمان‌ها از مزایای مدیریت دانش آگاه هستند. ۶۳ درصد سازمان‌ها در پیاده‌سازی مدیریت دانش رویکردهای موقتی به همراه فعالیت‌های جزیره‌ای و عدم هماهنگی در کل سازمان را بکار گرفته‌اند. حدود ۲۳ درصد رویکردهای ساختارمند و مدون دارند و حدود ۴ درصد نیز رویکردهای بینابینی دارند (روبینسون و همکاران؛ ۲۰۰۶). در نتیجه نیاز به بررسی نقش مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی با در نظر گرفتن تمامی عوامل سازمانی موثر بر آن به منظور دست یافتن به ارزش افزوده و عملکرد مطلوب موسسات مشاوره تحصیلی، به عنوان ضرورتی انکارناپذیر مطرح است.

در نهایت از آنجا که موسسات مشاوره تحصیلی فعال در کشور سالیانه ضررهای مادی و غیرمادی زیادی را نادیده گرفتن اهمیت و نقش مدیریت دانش در سطوح مختلف خود متحمل شده‌اند، به همین دلیل با این مسئله به چشم یک نقطه ضعف اساسی و چالشی برخورد کرده و تصمیم به بررسی و آسیب شناسی موضوع فوق و ارائه راهکارهای علمی جهت حل این چالش با استفاده از ابعاد مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی گرفته شده است. لذا در این کتاب در صدد هستیم با توجه به یافته‌های ذکر شده در مورد اهمیت و نقش مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی پروسه مدیریت دانش را روی بلاک‌های مدل کسب و کار اواستر والدز بررسی و

۹ | مدیریت دانش در موسسات مشاوره تحصیلی

معنی داری و نقش آن را مورد کنکاش قرار دهیم در واقع شناسایی مدیریت دانش در بلوک های مدل کسب و کار اوستر والد را انجام دهیم و اقلام دانش را شناسایی کنیم.

به طور کلی در این کتاب به دنبال پاسخ به این هستیم که مدیریت دانش در مدل کسب و کار اوستر والد موسسات مشاوره تحصیلی چه نقشی دارد؟

مولفان