

عوامل استراتژیک در

مدل های مدیریت دانش

مریم علی ئی

(عضو هیات علمی دانشگاه پیام نور)

مریم بهشتی زاد

(کارشناس ارشد مدیریت دولتی)

سرشناسه	: علی‌ئی، مریم، ۱۳۶۳ -
عنوان و نام پدیدآور	: عوامل استراتژیک در مدل‌های مدیریت دانش / مریم بهشتی‌زاد،
مشخصات نشر	: تهران: تایماز، ۱۳۹۵.
مشخصات ظاهری	: ۱۳۶ ص.: مصور (بخشی رنگی)، جدول.
شابک	: 978-600-403-211-7
وضعیت فهرست نویسی	: فیا
پادداشت	: واژه‌نامه.
پادداشت	: کتابنامه: ص. ۱۱۹ - ۱۳۶.
موضوع	: مدیریت دانش
موضوع	: Knowledge management
موضوع	: سرمایه فکری-- مدیریت
موضوع	: Intellectual capital-- Management
سازمان فزوده	: بهشتی‌زاد، مریم، ۱۳۶۳ -
رده بندی کنگره	: HDT۰/۳/۴۷۸۴۹ ۱۳۹۵
رده بندی دیو	: ۶۵۸/۴۰۳۸
شماره کتاب‌شناسی	: ۲۳۹۴۵۶۸

انتشارات تایماز

عوامل استراتژیک در مدل‌های مدیریت دانش

تایماز

ناشر :

مریم علی‌ئی - مریم بهشتی‌زاد

مؤلف :

مجید باشعور

مدیر اجرایی :

اول ۱۳۹۵

نوبت چاپ :

تایماز

چاپ و صحافی :

۵۰۰

شمارگان :

۱۲۰۰۰۰ ریال

قیمت :

۹۷۸-۶۰۰-۴۰۳-۲۱۱-۷

شابک :

حق چاپ محفوظ و متعلق به مولفین می باشد.



آدرس: تهران - خیابان انقلاب - خیابان فخررازی - خیابان وحید نظری غربی - پلاک ۸۵ - طبقه ۳

تلفن: ۰۲۱-۶۶۴۰۲۷۴۴

موبایل: ۰۹۱۲۷۲۴۴۵۳۵

ایمیل: taymazpub@yahoo.com

تلفن: ۰۲۱-۶۶۹۷۲۰۵۴

تایماز پابلیکیشنز

تلفن: ۰۹۱۴۴۰۹۹۷۵۸

ایمیل: taymazpub@gmail.com

تهران ۱۳۱۴۵-۶۴۸

مقدمه مولف

با بررسی دانش و اهمیت ویژگی‌های آن در حیطه عملکرد سازمان می‌توان دریافت که برخورداری از دانش اطلاعات روزآمد برای ادامه حیات سازمان‌ها به یک امر ضروری و انکارناپذیر تبدیل شده است. بدون شک مهم‌ترین ابزار رقابت در بازارهای حال و آینده، دانش و استفاده از آن برای کسب مزیت رقابتی می‌باشد. دانش به‌عنوان منبعی برای بقای سازمان ضروری است و شرط موفقیت سازمان‌ها دستیابی به دانش و فهم عمیق آن است. درواقع دانش تنها منبعی است که بر اثر استفاده از آن ارزش آن کاسته نشده بلکه به ارزش آن افزوده می‌شود. دانش یک عامل غیرملموس است و یک دارایی برای حفظ برتری بر دیگری نیست. مدیریت دانش شاخه جدیدی از مدیریت است که تأکید از سرمایه مادی و کالبدی را به سرمایه‌های دانشی تغییر جهت می‌دهد و همه اطلاعات و دانشی را که حول یک سازمان در جریان است، جمع‌آوری می‌کند و به‌طور ساماندهی آن را سازمان‌دهی مجدد کرده و مورد تحلیل قرار می‌دهد و از این طریق است که به محتوای ارزشمندی دست می‌یابد. در این کتاب با ذکر چند مدل از مدیریت دانش به ذکر عوامل مهم و اسباب تأثیرات در هر یک از مراحل این چرخه می‌پردازیم.

مریم علی‌نی

تابستان/ ۱۳۹۵

فهرست

فصل اول: داده و اهمیت آن	۹
۱-۱- مقدمه	۹
۲-۱- اهمیت و ضرورت مدیریت دانش	۱۱
۳-۱- تعریف مفاهیم و اصطلاحات تخصصی کتاب	۱۴
فصل دوم: مدیریت دانش و ضرورت آن	۱۹
۱-۲- مقدمه	۱۹
۲-۲- داده	۲۰
۳-۲- اطلاعات	۲۱
۴-۲- دانش	۲۲
۵-۲- فرق داده، اطلاعات و دانش	۲۴
۶-۲- طبقه‌بندی دانش	۲۷
۷-۲- نقش و اهمیت دانش	۲۸
۸-۲- تاریخچه پیدایش مدیریت دانش	۳۰
۹-۲- علل پیدایش مدیریت دانش	۳۵
۱۰-۲- مزایای مدیریت دانش	۳۶
۱۱-۲- اشتباهات مهلک در مدیریت دانش	۳۸
۱۲-۲- مدیریت دانش	۳۹

فصل سوم: مدل‌های مدیریت دانش و معرفی عوامل استراتژیک ۴۳

۱-۳ مدل‌های مدیریت دانش ۴۳

۱-۱-۳ چرخه مدیریت دانش دالکر ۴۴

۲-۳ خلق دانش ۴۵

۱-۲-۳ عوامل مؤثر بر خلق دانش ۴۵

۳-۳ مستند سازی دانش ۴۹

۱-۳-۳ عوامل مؤثر بر مستند سازی دانش ۷۰

۴-۳ تسهیم دانش ۷۲

۱-۴-۳ اهمیت تسهیم دانش ۷۳

۲-۴-۳ دلایل تسهیم دانش ۷۴

۳-۴-۳ عوامل مؤثر بر تسهیم دانش ۷۶

۵-۳ دسترسی به دانش ۸۸

۱-۵-۳ عوامل مؤثر بر در دسترس بودن دانش ۸۸

۶-۳ به کارگیری دانش ۹۰

۱-۶-۳ روش‌های به کارگیری دانش ۹۱

۲-۶-۳ عوامل استراتژیک در به کارگیری دانش ۹۳

فصل چهارم: مدیریت دانش در شرکت خودروسازی سایپا ۹۹

۱-۴ مدیریت دانش در شرکت خودروسازی سایپا ۹۹

۲-۴ توسعه دانش کارکنان ۱۰۱

- ۱۰۲ ۳-۴ ایجاد فرصت برای ارتقاء مشارکت کارکنان
- ۱۰۲ ۴-۴ سیستم چرخه دانش
- ۱۰۳ ۴-۵ چرخه سؤال
- ۱۰۴ ضمیمه ۱: مروری بر مدل‌های مدیریت دانش
- ۱۱۶ واژه‌نامه
- ۱۱۹ منابع و مآخذ