

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

مدیریت دانش

www.ketab.ir

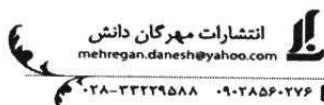
مؤلفان:

علی مهرعلیان

سارا دودانگه

یزدان راه روان

سرشناسه	: مهرعلیان، علی، ۱۳۶۸ -
عنوان و نام پدیدآور	: مدیریت دانش/مولفان علی مهرعلیان، سارا دودانگه، یزدان راهروان.
مشخصات نشر	: قزوین: مهرگان دانش، ۱۴۰۰.
مشخصات ظاهری	: ۶۶ ص.
شابک	: ۳۰۰۰۰۰ ریال 6-6944-978-622:
وضعیت فهرست نویسی	: فیبا
یادداشت	: کتابنامه: ص. ۶۳ - ۶۶.
موضوع	: مدیریت دانش
موضوع	: Knowledge management
شناسه افزوده	: دودانگه، سارا، ۱۳۵۸ -
شناسه افزوده	: راهروان، یزدان، ۱۳۶۴ -
رده بندی کنگره	: ۲/۳۰HD
رده بندی دیویی	: ۴۰۳۸/۶۵۸
شماره کتابشناسی ملی	: ۸۵۱۰۰۰۰
اطلاعات رکورد	: فیبا
کتابشناسی	



انتشارات مهرگان دانش
mehregan.danesh@yahoo.com

آدرس: قزوین، چهارراه نادری، جنب داروخانه قانون، پلاک ۳، طبقه ۲ ☎ ۰۹۰۲۸۵۶۰۷۷۶ ✉ ۰۲۸-۳۳۲۲۹۵۸۸

مدیریت دانش

مؤلف: سارا دودانگه، علی مهرعلیان

ناشر: انتشارات مهرگان دانش

صفحه بندی: سارا دودانگه

نوبت چاپ: چاپ اول ۱۴۰۰

شمارگان: ۵۰۰ جلد

قیمت: ۳۰,۰۰۰

شابک: ۶-۶۵-۶۹۴۴-۶۲۲-۹۷۸

«کلیه حقوق برای ناشر محفوظ است.»

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

۵	مقدمه
---	-------

فصل اول: مدیریت دانش

۹	تاریخچه مدیریت دانش
۱۲	مدیریت دانش در سازمان‌های دولتی و خصوصی
۱۷	روش‌های اجرای مدیریت دانش در سازمان‌ها
۲۰	دانش درباره مشتری
۲۱	دانش برای مشتری
۲۳	دانش از مشتری
۲۴	اجزای سازمانی تشکیل دهنده مدیریت دانش
۲۵	اصول مدیریت دانش
۲۷	اهمیت و منافع به کارگیری مدیریت دانش
۳۰	مدل‌های مدیریت دانش

فصل دوم: ظرفیت جذب دانش

۳۹	ظرفیت جذب
۴۲	ابعاد مختلف ظرفیت جذب
۴۷	ظرفیت جذب و مدیریت دانش

۴۹ مدل‌های ظرفیت جذب

۴۹ مدل مادسن و همکاران

۵۰ مدل کپدا کاریون و همکاران

فصل سوم: انتقال دانش

۵۵ انتقال دانش

۵۶ الف- اصول انتقال دانش

۵۹ ب- عوامل کلیدی موفقیت انتقال دانش

۶۱ منابع

اهمیت دانش را در محیط جهانی و پیچیده امروزی نمی‌توان نادیده گرفت. سازمان‌هایی که می‌دانند چگونه اطلاعات را به طور مؤثر کسب، توزیع و مدیریت کنند رهبران صنعت خود خواهند بود. امروزه به سوی دوره‌ای حرکت می‌کنیم که مزیت رقابتی نه فقط از طریق دستیابی به اطلاعات، بلکه مهم‌تر از آن از طریق ایجاد دانش جدید حاصل می‌شود (داونپورت^۱، ۱۹۹۷). از اینرو، باید نقش تعدیل ظرفیت جذب مشخص شود که چگونه ظرفیت جذب در شرکت‌هایی با حجم بالای تنوع محصولات و خدمات، هزینه را کاهش و سود را افزایش می‌دهد. کوهن و لوینتال در سال ۱۹۹۰ ظرفیت جذب را به عنوان یک مفهوم کلان اقتصادی، به حوزه نظریه‌های سازمانی وارد کردند و آن را به عنوان توانایی یک سازمان برای تشخیص ارزش اطلاعات جدید از منابع بیرونی، شبیه سازی و به کارگیری آن برای اهداف تجاری در نظر گرفتند (کیدا کارپون و همکاران، ۲۰۱۶). برای مدیریت مهم است که از منابع اطلاعاتی خارجی برای پاسخگویی مناسب‌تر به پیچیدگیهای یک محیط پویای سریع و مناسب برای زنده ماندن استفاده کند. در ادبیات، به منظور افزایش عملکرد کلی شرکت و ایجاد مزیت رقابتی، بر ضرورت کسب و مدیریت دانش تأکید شده است (به عنوان مثال آدامز و لامونت^۲، ۲۰۰۳؛ داروچ^۳، ۲۰۰۵؛ مارکز و سیمون^۴، ۲۰۰۶). تنها به دست آوردن اطلاعات

-
1. Downport
 2. Adams and Lamont
 3. Darroch
 4. Marqués and Simón

و انباشت دانش سازمانی کافی نیست، بلکه توانایی سازمان برای بهره‌برداری از این کسب‌وکار است. بنابراین ظرفیت جذب از طریق دو فرآیند مکمل مدیریت دانش، یعنی سرمایه دانش و بهره‌برداری دانش (کاربرد دانش) قوی‌تر می‌شود (زو و همکاران^۱، ۲۰۱۲).

www.ketab.ir