

عنوان مقاله:

شناسایی و سنجش اقدامات مدیریت دانش و رابطه آن با نوآوری در سازمان تبلیغات اسلامی

محل انتشار:

ششمین کنفرانس مدیریت دانش (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 9

نویسنده:

علی بحرینی - عضو هیئت علمی گروه علوم پایه دانشکده فنی و مهندسی دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکزی

خلاصه مقاله:

تحقیق حاضر با هدف بررسی رابطه میان مدیریت دانش و نوآوری در سازمان تبلیغات اسلامی تهران، صورت گرفته است. تحقیقات نشان داده است که مدیریت دانش اثربخشی در سازمان، باعث افزایش نوآوری می شود. در این پژوهش نیز ارتباط بین اقدامات مدیریت دانش و نوآوری در سه سطح کسب دانش، توزیع دانش و پاسخگویی به دانش، با استفاده از پرسشنامه مارکوس و سایمون و توزیع آن میان ۱۲۷ نفر از کارکنان واحد آموزشی و پژوهشی سازمان تبلیغات اسلامی مورد بررسی قرار گرفته است. نتایج تحقیق حاکی از آن است که اقدامات سازمان تبلیغات اسلامی در زمینه مدیریت دانش تا حدودی اثربخشی است، به این معنی که اقدامات دانشی آن احتمالاً باعث ایجاد نوآوری در سازمان خواهد شد. تجزیه و تحلیل داده ها با به کارگیری نرم افزار Spss و استفاده از آمار توصیفی و استنباطی (onet-test sample و Friedmantest) صورت گرفته است. جهت اولویت یتدی اقدامات دانشی اثربخشی سازمان از آزمون فریدمن استفاده شد که به ترتیب توزیع دانش، اکتساب دانش و در نهایت پاسخگویی به دانش بیشترین اهمیت را در ایجاد نوآوری در سازمان دارند. نتایج حاصل از آزمون میانگین جامعه نشان دهنده تأثیر اقدامات مدیریت دانش بر ایجاد نوآوری در سازمان تبلیغات اسلامی می باشد

کلمات کلیدی:

اکتساب دانش، توزیع دانش، پاسخگویی به دانش، نوآوری

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/551866>

