

عنوان مقاله:

رسانه های اجتماعی، مدیریت دانش و سازمان های هوشمند

محل انتشار:

ششمین کنفرانس ملی پژوهش های کاربردی در مهندسی کامپیوتر و فناوری اطلاعات (سال: 1398)

تعداد صفحات اصل مقاله: 10

نویسندگان:

امید سازنده

اکبر فرهودی نژاد

خلاصه مقاله:

تکنولوژی های اجتماعی می توانند یک ابزار قدرتمند برای سازمان ها جهت مدیریت جریان اطلاعات فراهم آورند و در نتیجه سازمان را وادار به تغییر در سیستم مدیریت دانش خود کنند که می تواند موجب بهبود عملکرد سازمان شود. در این مقاله، اثرات رسانه های اجتماعی را بر مدیریت دانش سازمانی بررسی می کنم. در این راستا، استدلال می کنم که رسانه های اجتماعی، یک طبقه ی یکپارچه از تکنولوژی ها نیستند بلکه یک زیرساخت تکنولوژیک متنوع و درحال تکاملی هستند که راه و روش برقراری ارتباط و همکاری بین مردم را پشتیبانی کرده و آن را تغییر می دهد. جنبه های کلیدی رسانه های اجتماعی از طریق یک تکامل تکنولوژی در طی دهه های گذشته تغییر کرده اند. هر یک از این تغییرات پیامد متمایزی برای مدیریت دانش سازمانی است، که بسیاری از آنها تا به امروز کامل نشده است. علاوه بر این، این روند نشان می دهد که رسانه های اجتماعی با تکنولوژی های نوظهور همچون هوش مصنوعی و واقعیت مجازی ادامه خواهند یافت که بیشتر به نحوه مدیریت دانش سازمانی تاثیرگذار خواهد بود. این دیدگاه تکاملی بیان می کند که ما ممکن است بیشتر از آنکه به انتهای چگونگی اثرگذاری رسانه های اجتماعی بر سازمان ها و روش های مدیریت دانش آنها نزدیک باشیم به آغاز آن نزدیک تر هستیم. به همین ترتیب یک دیدگاه گسترده روی رسانه های اجتماعی می تواند زمینه های باز برای تحقیق در سالهای آینده را فراهم کند. در این مقاله بر اساس نظریات مربوط به عرصه رسانه های اجتماعی و نقش آن در مدیریت دانش، مدلی برای استفاده از رسانه های اجتماعی در حوزه مدیریت دانش را به تصویر کشیده ایم.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، سیستم های مدیریت دانش، تحلیل شبکه اجتماعی، تحلیل سازمان، استخراج نیازهای سیستم

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1011583>

