

عنوان مقاله:

الزامات، ضرورت ها و مکانیزم های تجاری سازی دانش در دانشکده های مدیریت

محل انتشار:

فصلنامه مدیریت بازرگانی، دوره 2، شماره 4 (سال: 1389)

تعداد صفحات اصل مقاله: 20

نویسندگان:

حکیمه حسنقلی پور - دانشگاه تهران

آرین قلی پور - دانشگاه تهران

مهدی محمدی قاضی محله - دانشگاه امیرکبیر

طاهر روشندل اربطانی - دانشگاه تهران

خلاصه مقاله:

اعتدالی صنعتی و اقتصادی هر جامعه ای مرهون پژوهش های علمی و سازمان یافته آن جامعه است. نقش مهمی که فرآیند تجاری سازی در این میان ایفا می کند، موضوع اصلی مقاله حاضر است که با بررسی مفاهیم، فرآیندها و مدل های تجاری سازی دانش در دنیا و با توجه به کارهای موثری که در دانشگاه های معتبر دنیا رخ داده است، به مکانیزمی قابل استفاده در دانشکده های مدیریت دانشگاه های مختلف کشور دست یابد. روش پژوهش مورد استفاده، گراند تئوری (نظریه داده بنیاد) است. روش گردآوری داده ها مصاحبه عمیق با استادان دانشکده های مدیریت بوده و نمونه گیری به روش گلوله برفی انجام شده است. نتایج مصاحبه ها در قالب سه مقوله، ضرورت ها، موانع و الزامات تجاری سازی دانش دسته بندی و در پایان نیز، مکانیزم تجاری سازی دانش ارائه شده است.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی دانش، دفاتر انتقال فناوری، شرکت های انشعابی (دانشگاهی)، نظریه داده بنیاد

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1741136>

