

عنوان مقاله:

شناسایی و رتبه بندی ابعاد تجاری سازی دانش در دانشگاه آزاد اسلامی

محل انتشار:

فصلنامه رهبری و مدیریت آموزشی، دوره 12، شماره 3 (سال: 1397)

تعداد صفحات اصل مقاله: 17

نویسندگان:

سیدسینا منتظر - دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

کیومرث نیاز آذری - دانشیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران.

ترانه عنایتی - استادیار، گروه مدیریت آموزشی، واحد ساری، دانشگاه آزاد اسلامی، ساری، ایران

خلاصه مقاله:

هدف این پژوهش شناسایی و رتبه بندی ابعاد تجاری سازی دانش در دانشگاه آزاد اسلامی بود. پژوهش حاضر توصیفی از نوع پیمایشی بود. جامعه پژوهش کلیه اعضای هیات علمی دانشگاه های آزاد اسلامی استان مازندران (۱۵۳۷ نفر) بودند. حجم نمونه بر اساس فرمول کوکران ۳۰۸ نفر محاسبه شد که با روش نمونه گیری تصادفی طبقه ای انتخاب شدند. برای جمع آوری داده ها از پرسشنامه محقق ساخته تجاری سازی دانش با ۸۴ گویه استفاده شد. روایی صوری، محتوایی و همگرایی ابزار تایید و پایایی بر اساس ضرایب آلفای کرونباخ بالای ۷۰٪ بود. داده ها با روش تحلیل عاملی اکتشافی تحلیل شدند. یافته ها نشان داد که تجاری سازی دانش شامل پنج بعد فردی، محیطی، زمینه ای، ساختاری و محتوایی می باشد. بعد فردی شامل هفت مولفه کنترل فردی، ذهنیت فردی، شخصیت فردی، خودکارآمدی، بین فردی، خلاقیت فردی و قدرت طلبی فردی، بعد محیطی شامل پنج مولفه نهادهای حمایتی، حمایت اجتماعی، عوامل قانونی، عوامل اقتصادی و پتانسیل بازار، بعد زمینه ای شامل سه مولفه فرهنگ و ارزش های مشترک، اهداف و استراتژی، بعد ساختاری شامل چهار مولفه سازمان دهی، برنامه ریزی، منابع و نظارت و بعد محتوایی شامل سه مولفه فرایندهای کاری، مناسبات و تکنولوژی بود. در این پژوهش بعد ساختاری با بار عاملی ۸۹۳٪ در رتبه اول و بعد محتوایی با بار عاملی ۶۱۵٪ در رتبه پنجم قرار داشت.

کلمات کلیدی:

تجاری سازی، دانش، دانشگاه آزاد اسلامی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/1847683>

