

عنوان مقاله:

بررسی نقش مدیریت دانش در تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی با رویکرد دلفی

محل انتشار:

دومین کنفرانس بین المللی مدیریت چالشها و راهکارها (سال: 1393)

تعداد صفحات اصل مقاله: 6

نویسندگان:

جواد منتظری شورکچالی - کارشناسی ارشد دانشگاه آزاد بابی

حسین یوسفی - دانشگاه آزاد اسلامی واحد تهران مرکز، باشگاه پژوهشگران جوان و نخبگان، تهران، ایران

خلاصه مقاله:

اقتصاد امروز جهان به شدت از وابستگی به منابع زیرزمینی و صنایع صنعتی فاصله گرفته و اقتصاد دانش محور و شرکت های دانش بنیان را به عنوان راهبرد اساسی خود برای رشد و توسعه اقتصادی می داند و توجه بسیاری از اندیشمندان، سیاست گذاران و برنامه ریزان را به خود معطوف کرده که در این میان دانشگاه به عنوان ایجاد کننده دانش و ناشر نقش کلیدی ایفا می کند. لذا از آنجا که اهمیت دانش در نوآوری و توسعه کسب و کار روز به روز بیشتر می شود و درست همانگونه که سهم بیشتری از جامعه وارد آموزش عالی می گردند، دانشگاه ها می توانند نقش بیشتر و فعال تری در نوآوری ملی و توسعه اقتصادی را داشته باشند. تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی به عنوان یک مکانیسم زیر ساختاری مهم برای انتقال یافته های تحقیقات و پژوهش های آکادمیک عمل می کند که به عنوان یک منبع غنی دانش و همچنین یک کاتالیزور برای رشد اقتصاد ملی و منطقه ای به حساب می آید. تجاری سازی تحقیقات دانشگاهی با استفاده از راهبرد ها و روش های گوناگونی امکان است. در این میان مدیریت دانش؛ امروزه به عنوان راهبردی مهم برای بسیاری از سیاست های اقتصادی ملی، منطقه ای و محلی شناخته می شود. این مقاله با استفاده از روش دلفی درصد تشریح مدیریت دانش برای تجاری سازی تحقیق و توسعه دانشگاهی می باشد و در نهایت مهمترین عوامل موثر مدیریت دانش که در تجاری سازی موثر هستند را بیان می کند

کلمات کلیدی:

تجاری سازی، مدیریت دانش، تحقیقات دانشگاهی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/378927>

