

عنوان مقاله:

الگوی مدیریت دانش در سازمان های رسانه ای (مطالعه موردی : شبکه هامون)

محل انتشار:

کنفرانس ملی حسابداری و مدیریت (سال: 1392)

تعداد صفحات اصل مقاله: 22

نویسندگان:

مصطفی رضائی - دانشجوی کارشناسی ارشد مدیریت رسانه دانشگاه علامه طباطبائی

وجیهه رضائی - کارشناسی ارشد روانشناسی تربیتی دانشگاه آزاد اسلامی واحد بیرجند

خلاصه مقاله:

دانش منبعی مهمی در سازمان های دانش محور می باشد، سازمانی که بتواند با استفاده از مدیریت دانش، آن را تبدیل به شایستگی های محوری نموده و در برنامه ریزی راهبردی خود لحاظ کند، در عصر دانشی پیشرو خواهد بود. این تحقیق با هدف ارائه الگوی مدیریت دانش در سازمان های رسانه ای به دنبال این است تا فرایندهای مدیریت دانش رسانه ای را با توجه به ماهیت مشاغل در سازمان های رسانه ای بشناساند و با به کارگیری سبک مناسب مدیریت آن اهمیت دادن به آن ها شکاف موجود بین دانش موجود سازمانی و دانش مطلوب سازمان را از بین ببرد. روش تحقیق این پژوهش ترکیبی اکتشافی (کیفی، کمی) می باشد. جامع آماری این تحقیق کلیه کارکنان شبکه استانی سیستان و بلوچستان (شبکه هامون) می باشد که با استفاده از فرمول تعیین حجم نمونه آماری در کوکران، نمونه ای 100 نفری از آنان انتخاب شد و به صورت هدفمند بر اساس نتایج حاصل از مصاحبه گروه های کانونی در خصوص تفکیک مشاغل شبکه هامون، بر اساس مدل چالز پروجمع آوری داده ها با استفاده از آزمون های تحلیل عاملی، تجزیه و تحلیل گردیدند. در پایان نتایج حاصل از تحلیل داده ها نشان می دهد بین فناوری سازمانی، فرایندهای تولید دانش رابطه مستقیم و معناداری وجود دارد.

کلمات کلیدی:

مدیریت دانش، فرایند تولید دانش، فناوری سازمانی و شبکه هامون

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/420135>

