

عنوان مقاله:

بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر مدیریت دانش

محل انتشار:

هفتمین کنفرانس ملی و اولین کنفرانس بین‌المللی مدیریت دانش (سال: ۱۳۹۴)

تعداد صفحات اصل مقاله: ۱۶

نویسندگان:

ریحانه نادری - دانشجوی دکتری رشته مدیریت صنعتی گرایش تحقیق در عملیات، دانشگاه سمنان

امین حاتمی - دانشجوی کارشناسی ارشد رشته مدیریت اجرایی، دانشگاه تهران، پردیس فارابی

خلاصه مقاله:

شبکه‌های اجتماعی در عمر کم خود بسیار سریعتر از سایر فناوریهای اطلاعاتی توانسته‌اند رشد کنند و جایگاه ویژه‌ای در بین مخاطبان بدست آورند محبوبیتی که این شبکه‌ها در طی یک سال توانستند به دست آورند تلویزیون پس از سیزده سال و خدمت دهندگان اینترنتی بعد از ۳ سال توانستند کسب نمایند این محبوبیت گسترش و تأثیرات شبکه‌های اجتماعی به نحوی است که سازمان‌های گوناگون به منظور به اشتراک گذاری اطلاعات مهارت‌ها ترویج و روحیه همکاری و ایجاد انگیزه برای کارکنان به دنبال بهره‌برداری از آنها هستند در این مقاله با توجه به اهمیت و تأثیرات شبکه‌های اجتماعی در سرعت بخشیدن به اشتراک و تسهیم اطلاعات در بعد زمان و مکان به دنبال بررسی تأثیرات شبکه‌های اجتماعی سازمانی بر مدیریت دانش و ابعاد آن یعنی جذب دانش تسهیم دانش و ذخیره دانش می‌باشد این تحقیق بصورت میدانی و از طریق توزیع پرسشنامه به صورت آنلاین و با قراردادن پرسشنامه در شبکه مجازی جامعه آماری مورد نظر یعنی گروه صنعتی گل‌دیران انجام گرفته و به منظور آزمون مدل اصلی و تست فرضیه‌ها از رویکرد حداقل مربعات جزئی و نرم افزار Smartpls استفاده شده است

کلمات کلیدی:

شبکه‌های اجتماعی سازمانی، مدیریت دانش، معادلات ساختاری، رویکرد حداقل مربعات جزئی

لینک ثابت مقاله در پایگاه سیویلیکا:

<https://civilica.com/doc/۴۸۱۰۸۱/>