

التاريخ: 2025/01/15

كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير

المدة: 1:30 سا

قسم علوم التسيير

التوقيت: 08:30 سا - 10:00 سا

السنة الأولى ماستر إدارة استراتيجية

الامتحان النهائي في مادة إدارة الإبداع والابتكار

السؤال الأول: أكمل العبارات التالية:

1. أبعاد الإبداع هي.....
2. الابداع المفتوح هو.....
3. يختلف الابتكار الجذري عن التحسيني
4. الابداع على مستوى المنظمات هو.....
5. تأمين قاعدة المعلومات هي المرحلة
6. تمثل المرحلة القبلية للسيرورة
7. يقصد بنموذج الدفع التكنولوجي
8. من أشهر الابداعات التنظيمية.....
9. يعتبر العصف الذهني (9 نقاط)

السؤال الثاني:

الحديث عن الابتكار يتطلب أساسا الحديث عن التغيير، والجدول الموالي يوضح ذلك. أكمله (4.75 نقاط)

ابتكار المنتج	ابتكار	ابتكار	ابتكار
.....			
مثال:	مثال:	مثال:	مثال:

السؤال الثالث:

رغم هيمنة المبتكر الأول على السوق، تستطيع المؤسسات اللاحقة تحقيق بعض المزايا التنافسية، فالضربة القاضية له - المبتكر الأول - لا تكون فعالة إلا إذا كانت سريعة وحازت على عدد أكبر من الزبائن.

1. ماهي الاستراتيجية الابتكارية التي تبناها المبتكر الأول؟(مع شرح دقيق)

2. ماهي دوافعه لتبني هذه الاستراتيجية؟

3. ماهي الاستراتيجية الابتكارية التي تتبناها المؤسسات اللاحقة؟ عدد المزايا المترتبة عنها. (6.25 نقاط)

بالتوفيق.

الإجابة النموذجية لامتحان النهائي في مادة إدارة الإبداع والابتكار

الجواب الأول: العبارات: (1x9 نقاط)

1. أبعاد الإبداع هي الانسان المبدع، العملية الابداعية، الانتاج الابداعي، وخصائص المناخ مع شرح بسيط.
2. الابداع المفتوح هو النشاطات التي تستخدم كل من القدرات الداخلية والخارجية للمؤسسة (استخدام موارد بحث وتطوير خارج حدود المؤسسة نفسها)
3. يختلف الابتكار الجذري عن التحسيني في كون الاول مبنيا على تغييرات أساسية ثورية تكنولوجية أو غير تكنولوجية ويتأسس على نماذج جديدة، أما التحسيني فهو تغييرات/تعديلات جزئية في المنتجات أو طرق التصنيع أو التسويق أو التنظيم الحالية.
4. الابداع على مستوى المنظمات هو الابداع الفردي+ الابداع الجماعي+ المؤثرات التنظيمية+ عوامل بيئية خارجية، ويعتبر من أهم أنواع الابداع لأنه يميز المنظمة عن غيرها.
5. تأمين قاعدة المعلومات هي المرحلة الأولى من نموذج تبني استراتيجية ابتكارية تتطلب انشاء وتحسين التخزين الخاص بالمعلومات والمعرفة، مع ضمان وصولها لكل من يحتاجها من خلال انشاء مساحة متاحة للمشاركة باستخدام تطبيقات تكنولوجيا المعلومات.
6. السيرورة الابداعية تمثل المرحلة القبلية للسيرورة الابتكارية حيث أن الابداع يخص مرحلة خلق الأفكار أو إيجادها، أما الابتكار فيخصص تحويل هذه الأفكار الى منتجات وخدمات.
7. يقصد بنموذج الدفع التكنولوجي أن محرك عملية الابداع هو التطورات العلمية والتقنية التي تسمح بخلق منتجات وطرق عمل جديدة، حيث يلعب السوق هنا دورا سلبيا بصفته مجرد متلقي لنتائج البحث العلمي والتقني.
8. من أشهر الابداعات التنظيمية نجد تطبيقات TQM ادارة الجودة الشاملة، نظام JIT الانتاج في الوقت المحدد، تسيير المعارف، ثقافة المؤسسة، والمقاولاتية...
9. يعتبر العصف الذهني أسلوب شائع الاستعمال في العديد من المنظمات حول العالم لاتمام وحل كثير من المهام والمشاكل عن طريق ايجاد أفكار جديدة حيث يقوم على استبعاد النقد والترحيب بالانطلاق وتشجيع الافراد على طرح اكبر عدد ممكن من الافكار.

الجواب الثاني: (1 × 4 + 0.25 × 3 نقاط)

ابتكار المنتج	ابتكار الاجراءات	ابتكار التموضع/الوضعية	ابتكار النموذج
تغيير على مستوى المنتجات سلعة/خدمة التي تستطيع المنظمة تقديمها	تغيير في الطرق التي خلالها تخلق وتوزع المنتجات	التغيير في البيئة التي يوضع فيها المنتج (مرتبط بالسوق)	تغيير النماذج الذهنية بما يتماشى مع ما تقوم به

❖ بالنسبة للأمثلة يوظف الطالب ما تم تقديمه من نماذج خلال حصص المحاضرات والاعمال الموجهة بما يخدم كل نوع من أنواع الابتكار المدرجة في الجدول.

الجواب الثالث: (6.25 نقاط)

1. الاستراتيجية الابتكارية التي تبناها المبتكر الأول (مع شرح دقيق): استراتيجية ابتكارية استباقية (هجومية)، وهي استراتيجية المؤسسة الرائدة، وتتطوي على التأثير في الأسواق من خلال تطوير وطرح منتجات جديدة وخلق أسواق جديدة وهذا ما يتطلب قدرة كبيرة على التوقع بالتطورات المستقبلية في البيئة وقدرة أكبر على تحديد الفرص الجديدة والكامنة في السوق.

(2 نقاط)

2. دوافعه لتبني هذه الاستراتيجية:

(0.5×4 نقاط)

- الاستفادة من ميزتين أساسيتين: الميزة الاستراتيجية في التقدم والسبق التكنولوجي والميزة المرتبطة بالتأثير في سلوك شراء المستهلكين
- هوامش الربح المرتفعة
- عدم قدرة المنافسين على المواكبة
- التحكم الجيد في قنوات التوزيع
- توسيع الحصة السوقية
- الرغبة في اقتحام الأسواق الناشئة

3. الاستراتيجية الابتكارية التي تتبناها المؤسسات اللاحقة هي استراتيجية ابتكارية دفاعية (رد الفعل) لمواجهة التهديدات والتغييرات الحاصلة في بيئتها من خلال التكيف والتأقلم والحفاظ على مكانتها وحصتها السوقية.

(1.25 نقطة)

4. المزايا المترتبة عنها: (0.25 × 4 نقاط)

- المؤسسات اللاحقة تستفيد من نقل أفكار الابتكار الى قطاعات اخرى او تعديلها حسب قناة زبائن جدد
- محاكاة المنتجات الجديدة بأكثر فاعلية
- الاستفادة من تجربة استعمال المنتج من قبل الزبائن
- الاستفادة من اخطاء وعيوب المنتج في صورته الاولى
- تحمل اخطار وخسائر اقل

❖ هذه الامتيازات يتمتع بها المنافسون اللاحقون الاوائل فقط وليس اولئك المتأخرون.