

العلامة:

جامعة باتنة 1 الحاج لخضر
كلية العلوم الاقتصادية و التجارية و علوم التسيير
السنة أولى ماستر
تخصص: إدارة الموارد البشرية

اللقب:

الاسم:

الفوج:

الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول في مقياس: إدارة المعارف

الجواب الأول (08 ن): يتم وضع علامة واحدة فقط (X) في خانة الإجابة الصحيحة

<p><u>تعد المعرفة المصدر الاستراتيجي للمؤسسة في بناء:</u></p> <p><input type="checkbox"/> مواردها البشرية</p> <p><input type="checkbox"/> هيكلها التنظيمية</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> ميزتها التنافسية</p> <p><input type="checkbox"/> حصتها السوقية</p>	<p><u>المعرفة هي:</u></p> <p><input checked="" type="checkbox"/> معلومات معالجة قابلة للاستخدام في حل مشكلة معينة</p> <p><input type="checkbox"/> معلومات قابلة للاستخدام في حل مشكلة معينة</p> <p><input type="checkbox"/> معلومات منظمة ومرتبطة ترتيبا منطقيا</p> <p><input type="checkbox"/> معلومات قابلة للتشغيل</p>
<p><u>تحاول المؤسسة الحصول على المعرفة من:</u></p> <p><input type="checkbox"/> داخل المنظمة فقط</p> <p><input type="checkbox"/> خارج المنظمة فقط</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> داخل المنظمة وخارجها معا</p> <p><input type="checkbox"/> المبدعين والخبراء بالمؤسسة</p>	<p><u>تُصنف الحكمة على أنها:</u></p> <p><input type="checkbox"/> قمة هرم البيانات والمعلومات</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> قمة هرم المعرفة</p> <p><input type="checkbox"/> أعلى درجات البيانات</p> <p><input type="checkbox"/> أعلى درجات المعلومات</p>
<p><u>اقترح Marquardt نموذجا لإدارة المعرفة يتكون من:</u></p> <p><input type="checkbox"/> عملية الاكتساب</p> <p><input type="checkbox"/> عملية التنظيم والتوزيع</p> <p><input type="checkbox"/> عملية الإدامة</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> لاشيء مما سبق</p>	<p><u>يرتبط النجاح الحقيقي للمؤسسة بـ:</u></p> <p><input type="checkbox"/> الاحتفاظ بالمعرفة الضمنية</p> <p><input type="checkbox"/> الاحتفاظ بالمعرفة الصريحة</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> الاحتفاظ بالمعرفة الضمنية والمعرفة الصريحة معا</p> <p><input type="checkbox"/> الاحتفاظ بالمعرفة الداخلية والخارجية</p>
<p><u>تعد البيانات أساس صناعة المعرفة وهي عبارة عن:</u></p> <p><input type="checkbox"/> أرقام وكلمات</p> <p><input type="checkbox"/> كلمات وصور</p> <p><input type="checkbox"/> صور وأصوات</p> <p><input checked="" type="checkbox"/> أرقام وكلمات وصور وأصوات</p>	<p><u>يرى علماء الاقتصاد بأن إدارة المعرفة:</u></p> <p><input type="checkbox"/> تعمل كبديل للاقتصاد الصناعي</p> <p><input type="checkbox"/> تعمل كمكمل للاقتصاد الصناعي</p> <p><input type="checkbox"/> تعمل كموازي للاقتصاد الصناعي</p> <p><input type="checkbox"/> تعمل كمضاد للاقتصاد الصناعي</p> <p>لا توجد ولا إجابة صحيحة</p>

الجواب الثاني (3 ن):

إن الغاية من إدارة المعرفة في المؤسسة الناشئة (Startup) هو تطبيق المعرفة، وهذا التطبيق هو أهم عمليات إدارة

المعرفة، و تتمثل هذه العمليات في:

1. تشخيص المعرفة (1,5 ن)
2. اكتساب المعرفة (1,5 ن)
3. توليد المعرفة (1,5 ن)
4. تخزين واسترجاع المعرفة (1,5 ن)
5. تطوير المعرفة وتوزيعها (1,5 ن)
6. تطبيق المعرفة (1,5 ن)

الجواب الثالث (5 ن):

يرى مايكل بورتر M.Porter أن مستوى المنافسة يتوقف على مجموعة قوى تنافسية تؤثر على شدة المنافسة بين المؤسسات، وعليه يمكن تحديد أثر إدارة المعرفة على القدرة التنافسية من خلال قوى التنافس الخمس لـ "مايكل بورتر" والمتمثلة في:

1. أثر إدارة المعرفة على قوة المنافسين الحاليين في الصناعة: (1 ن)

يعد استخدام التكنولوجيا المتطورة من أهم العناصر التي تساعد المؤسسة على مواجهة قوة المنافسين، بالإضافة إلى تكثيف استخدام المعرفة المتخصصة والخبرة العالية في مجالات العمل، لتحقيق نقلة أساسية تميزها عن منافسيها.

2. أثر إدارة المعرفة على الداخلون الجدد: (1 ن)

يهدد المنافسون الجدد في الصناعة حالة استقرار المؤسسة بسبب تحول جزء من المستهلكين إليهم، ولتفادي حدوث هذا يجب أن تبقى المؤسسة متميزة بمنتجاتها من خلال أنظمة معلومات وقاعدة بيانات متقدمة.

3. أثر إدارة المعرفة على قوة إحلال المنتجات البديلة: (1 ن)

يقلل استخدام تكنولوجيا الإنتاج المتطورة من مخاطر التهديد، كما أن الاستجابة السريعة و التسويق التفاعلي يساعدان على تقديم منتجات للزبائن تجعل من الصعب عليهم التوجه إلى المنتجات البديلة.

4. أثر إدارة المعرفة على القوة التفاوضية للموردين: (1 ن)

تعد قوة الموردين من العوامل المنافسة، وتعتمد المؤسسات للتغلب على قوة الموردين على أنظمة معلومات حديثة للحصول على معلومات عن الموردين وأسعارهم وخدماتهم، مما يؤدي إلى السيطرة على الكثير من أنشطة الموردين.

5. أثر إدارة المعرفة على القوة التفاوضية للزبائن: (1 ن)

من خلال الاعتماد على تكنولوجيا المعلومات الحديثة يمكن تقليل هذه القوة، كما يمكن اعتماد أسلوب تكاليف التحويل، وهي عبارة عن التكاليف التي يتحملها الزبون إن هو حاول الانتقال في تعاملاته التجارية إلى منتج آخر بديل، بالإضافة إلى دور نظام المعلومات في تسريع عمليات التوريد وهذا بالتالي سيقبل من قوة تفاوض الزبائن.

الجواب الرابع (4 ن):

بالرغم من اختلاف المقاربات الفكرية لإدارة المعرفة، حيث قدم العديد من الباحثين نماذج مختلفة في هذا الإطار، إلا أنها جميعها تدور حول كيفية الاستحواذ على المعارف ونشرها داخل المؤسسة بما يضمن رفع رصيدها المعرفي ودعم مركزها التنافسي في السوق، ومن أهم هذه المقاربات (النماذج) ما يلي:

1. نموذج ماركوردت Marquardt (1 ن)

2. نموذج Duffy (1 ن)

3. نموذج Wiig (1 ن)

4. نموذج ليونارد بارتون Leonard Barton (1 ن)