

الإجابة النموذجية لامتحان ابتكار وتطوير الخدمات

ضع علامة (X) أمام العبارة الصحيحة في كل مما يلي:

ملاحظة هامة: الإجابة تكون من خلال اختيار واحد (01) فقط من بين الأربع (04) خيارات، الإجابة على السؤال بأكثر من إجابة (أي

أكثر من اختيار) ينقط بـصفر (00).

1- الاختراع invention هو:	1- التوصل إلى فكرة جديدة جزئيا ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر على المؤسسات. 2- التوصل إلى فكرة جديدة بالكامل ترتبط بالتكنولوجيا وتؤثر على المؤسسات. 3- الجزء المرتبط بالفكرة الجديدة. 4- كل ما سبق
2- يقصد بالتطوير الذي تقوم به منظمات سواء كانت دوافعها منه الربح أو غيره:	1- أعمال تجريبية أو نظرية تتعلق بظواهر وأحداث تم ملاحظتها دون أي نية في تطبيقها أو استعمالها بل لحيازة معارف جديدة فقط؛ 2- الأعمال المنجزة لخصر التطبيقات الممكنة والناجمة عن البحث الأساسي أو من أجل إيجاد حلول جديدة. 3- الاستخدام المنظم للمعرفة العلمية بغرض استحداث أو تحسين منتجات أو طرق أو نظم. 4- لا شيء مما سبق
3- التقليد هو:	1- التقليد ليس هو النقيض للابتكار 2- ليس كل التقليد ابتكارا 3- الابتكار قد يكون تقليدا 4- كل ما سبق
4- من أجل القيام بإعلان ابتكاري تحتاج المنظمة إلى ما يلي:	1- وجهة نظر إبداعية واحدة لمنتجاتها المتعددة 2- اختبار الإعلان المبتكر بعد تقرير استخدامه على نطاق واسع 3- تجنب الإعلان الابتكاري الذي يسيء إلى المنافسين بشكل أو بآخر 4- كل ما سبق
5- لا يكون الابتكار في النشر في طريقة صياغة الخبر، وإنما يكون بالدرجة الأولى فيما يلي:	1- ما يتم نشره 2- الوقت الذي يتم فيه النشر 3- الوسيلة الملائمة للنشر 4 - كل ما سبق
6- تركز الريادية على ثلاث محاور أساسية، هي:	1- الفكرة المبدعة 2- استغلال وتطوير الفرص المتاحة 3- خلق القيمة 4- كل ما سبق
7- تقدم منظمات دعم الأعمال Business Support Organisations (BSOs) كلا من الخدمات والوصول إلى الشبكة، منها:	1- المساعدة العلمية 2- المساعدة لكيفية الحصول على منح وقروض من جهات أخرى 3- يساعد الوصول إلى شبكة الدعم جميع أصحاب الأعمال الصغيرة، ولكن مع وجوب أن يكون وضعهم الاقتصادي جيد 4- لا شيء مما سبق
8- الابتكار المفتوح Open innovation له عدة خصائص، أهمها:	1- يركز فقط على المؤسسة، فهو لا يشمل المستهلكين المبدعين ومجتمعات المستخدمين المبتكرين 2- يمكن انتقال الابتكارات بسهولة إلى الداخل والخارج بين المؤسسات فيما بينها فقط 3- يؤدي إلى تأثيرات على مستوى المستهلك والمؤسسة والصناعة والمجتمع. 4 - كل ما سبق
9- الخصائص الرئيسية لابتكار المستخدم User innovation، هي:	1- حاجته إلى معلومات عن احتياجات العملاء 2- حاجته إلى معلومات تقنية لتطوير الحل 3- كشف المستخدمين عما طوروه مجانا 4 - كل ما سبق

<p>1- تحليل مشاكل المستهلكين مع المنتجات الحالية</p> <p>2- تحليل التعديلات الواجب إدخالها على المنتجات القائمة</p> <p>3- جلسات العصف الذهني</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>10- يمكن تنظيم عملية الحصول على الأفكار الجديدة من خلال إتباع عدة أساليب للإبداع، أهمها:</p>
<p>1- المنتجات الجديدة من المرجح أن يكون لها "عمر المنتج"، أي مرحلة البدء</p> <p>2 - زيادة بطيئة في الإيرادات</p> <p>3- وفي نهاية الأمر ارتفاع في الإيرادات</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>11 - يستمد منحني s أي منحنى الانتشار diffusion curve من افتراض أن:</p>
<p>1- سبب هذا الانتشار</p> <p>2- كيفية انتشار الأفكار والتقنيات الجديدة</p> <p>3- معدل هذا الانتشار</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>12- تسعى نظرية انتشار الابتكار Diffusion of Innovations (DOI) إلى شرح ما يلي:</p>
<p>1- الأغلبية المبكرة: تتضمن استراتيجيات جذب هذه الفئة معلومات حول عدد الأشخاص الآخرين الذين جربوا الابتكار وتبنوه بنجاح.</p> <p>2- الأغلبية المتأخرة: تشمل الاستراتيجيات الرامية إلى جذب هؤلاء السكان قصص نجاح وأدلة على فعالية الابتكار.</p> <p>3- الميكرون: لا يحتاجون إلى معلومات لإقناعهم بالتغيير.</p> <p>4 - كل ما سبق</p>	<p>13- تستخدم المنظمات استراتيجيات ترويجية مختلفة لجذب فئات المتبنين للابتكار، وهي:</p>
<p>1- عدم القدرة على التفاعل مع العملاء</p> <p>2- توفر وقت العملاء من خلال تجنب الحاجة إلى السفر</p> <p>3- لا تستبعد استخدام المتاجر التقليدية</p> <p>4 - كل ما سبق</p>	<p>14- تتميز ابتكارات العمليات بما يلي:</p>
<p>1- تؤدي إلى أي تغييرات في العملية le processus</p> <p>2- تؤدي إلى أي تغييرات في الأداء la performance</p> <p>3- غالبا ما تكون مرئية للغاية، وتجذب الاهتمام</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>15- يمثل التغيير في النمط le style أبسط أنواع التحسين، فهي:</p>
<p>1- سرعة تقديم الخدمات</p> <p>2- طرق بديلة ومختلفة للتسليم</p> <p>3- إنتاجية المؤسسة والعميل</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>16- تكون نتائج تصميم وتنفيذ عمليات تقديم الخدمات على ما يلي:</p>
<p>1- يقتصر التسويق الابتكاري على مجال تسويقي معين</p> <p>2- يستغل الأفكار القديمة بنجاح حتى يكون مفيدا للمنظمة</p> <p>3- لا يقف إلى حد توليد أو إيجاد الفكرة وإنما يتعدى ذلك إلى وضع هذه الفكرة موضع التطبيق العملي</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>17- يتسم التسويق الابتكاري بعدد من الخصائص أهمها ما يلي:</p>
<p>1- التسويق الابتكاري الموجه للمشتريين الصناعيين</p> <p>2- تسويق ابتكاري موجه للمستهلكين النهائيين (الأفراد)</p> <p>3- التسويق الابتكاري الموجه للمنظمات</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>18- يمكن أن يتم تقسيم التسويق الابتكاري طبقا للعميل المستهدف إلى:</p>
<p>1- عدم اعتبار القدرات الابتكارية شرطا لشغل الوظائف</p> <p>2 - وجود نظام فعال للتحفيز على الابتكار</p> <p>3- إلحاق العاملين في التسويق بدورات تدريبية في مجال التسويق الابتكاري فقط</p> <p>4 - كل ما سبق</p>	<p>19- تتطلب إدارة الأفراد العاملين بالتسويق توافر عدد من العناصر من أهمها ما يلي:</p>
<p>1- الرسوم والنماذج الصناعية التجارية</p> <p>2- البيانات التجارية والاسم والعنوان</p> <p>3- العلامات المميزة للمنتجات</p> <p>4- كل ما سبق</p>	<p>20 - ينحصر حق الملكية الصناعية في مجالات معينة، هي:</p>

بالتوفيق