



الجمهورية الجزائرية الديمقراطية الشعبية
وزارة التعليم العالي والبحث العلمي
جامعة محمد الصديق بن يحيى - جيجل-
كلية العلوم الاقتصادية والتجارية وعلوم التسيير
قسم العلوم المالية والمحاسبة



الإجابة النموذجية لامتحان السداسي الأول في مقياس منهجية إعداد مذكرة الماستر السنة الأولى ماستر محاسبة وجباية

*السؤال الأول (10ن): ما المقصود بالمصطلحات التالية:

1- التصميم (3ن):

هربرت سيمون (Herbert Simon) أشار في كتابه (The Sciences of the Artificial) الصادر سنة 1969 إلى التصميم بوصفه نشاطاً معرفياً (1ن) يهدف إلى تحويل الأوضاع القائمة إلى أوضاع مفضلة (1ن)، مؤكداً بذلك البعد المنهجي والعقلي لعملية التصميم. (1ن)

2- التفكير التصميمي (1ن)

هو «نهج إبداعي لحل المشكلات — أو، بشكل أوسع، نهج منهجي وتعاوني لتحديد المشكلات وحلها بشكل إبداعي».

2- المنتج الأولي القابل للاستخدام (MVP) : (6ن)

تم تعريف مصطلح MVP لأول مرة بواسطة فرانك روبنسون في عام 2001، ثم نشره إريك ريس منذ عام 2009 وبلانك منذ عام 2010. يُعد MVP مفهوماً يتطور باستمرار، من أهم التعريفات الحالية للمنتج الأولي القابل للاستخدام (MVP) : (Robinson 2001): المنتج الأولي القابل للاستخدام ليس منتجاً حذاً أدنى، بل هو استراتيجية وعملية موجهة نحو صنع وبيع المنتج للعملاء (1ن)

(Blank 2005) يحتوي المنتج الأولي القابل للاستخدام فقط على الميزات الضرورية (ولا شيء أكثر) التي تسمح بنشر المنتج. (1ن)

(Ries 2011) المنتج الأولي القابل للاستخدام هو نسخة من منتج جديد تسمح للفريق بجمع أكبر قدر من التعلم المؤكد عن العملاء بأقل جهد ممكن. إنه عملية تكرارية تشمل توليد الأفكار، والنماذج الأولية، والعرض، وجمع البيانات، والتحليل، والتعلم. ويُعتبر بناء ونشر المنتج الأولي القابل للاستخدام (MVP) غالباً خطوة ضرورية في عملية تطوير المشاريع الناشئة. (1ن) (Arnaud, 2025): العناصر الأساسية لـ MVP (3ن)

الأدنى (Minimum): يحتوي فقط على الميزات الأساسية اللازمة لحل المشكلة الأساسية للمستخدمين الأوائل. (1ن)

القابلة: (Viable) يقدم قيمة كافية تجعل العملاء مستعدين لاستخدامه على الرغم من قيوده. (1ن)

المنتج: (Product) حل وظيفي يمكن للعملاء التفاعل معه فعلياً، وليس مجرد نموذج أولي. (1ن)

تكمُن قوة نهج MVP في قدرته على اختبار الفرضيات التجارية الأساسية بأقل استثمار ممكن، بدلاً من بناء منتج

كامل على افتراضات غير مختبرة. (1ن)

2- ما هي أهمية دراسة كتاب تيم براون الموسوم ب (Change by Design) (1ن)

يمثل الكتاب مرجعاً أساسياً لفهم التفكير التصميمي كممارسة ومنهجية ابتكارية، لا سيما لطلبة الماستر أداة تعليمية قوية تُسهم في تزويد طلبة الماستر بالمهارات المعرفية والعملية اللازمة لتطبيق التفكير التصميمي في مشاريعهم البحثية والريادية بشكل فعال ومستدام. (1ن)

3- ما هي الخصائص الأساسية لممارسي التفكير التصميمي: (3ن)

تشارك الشخصيات المتميزة في التفكير التصميمي بعدد من الخصائص الجوهرية التي تمكنهم من ابتكار حلول مبتكرة وفعال: (0.5ن)- **التعاطف (Empathy)** يتميز مفكرو التصميم بالقدرة على تصور العالم من وجهات نظر متعددة، من خلال اعتماد نهج يركز على الإنسان أولاً، يمكن لهؤلاء المفكرين تطوير حلول مرغوبة بطبيعتها وتلبي الاحتياجات الظاهرة والضمنية الخطوة الأولى، وربما الأهم، في التفكير التصميمي هي تطوير التعاطف مع المستخدمين. من خلال فهم الشخص المتأثر بالمشكلة، يمكنك إيجاد حل أكثر تأثيراً. بالإضافة إلى التعاطف، يركز التفكير التصميمي على:

- ملاحظة التفاعل مع المنتج،
- استخلاص الاستنتاجات بناءً على البحث،
- ضمان بقاء المستخدم محور التركيز في التنفيذ النهائي.

(0.5ن)- **الملاحظة الدقيقة:** يمتلكون قدرة عالية على ملاحظة التفاصيل الدقيقة في البيئة والسلوكيات التي قد يغفل عنها الآخرون، ويستثمرون هذه الملاحظات لإلهام الأفكار الابتكارية

(0.5ن)- **التفكير التكامل (Integrative Thinking)** لا يقتصر دورهم على التحليل المنطقي الذي ينتج خيارات محددة، بل يمتلكون القدرة على إدراك جميع الأبعاد الهامة، بما فيها المتناقضة أحياناً، للمشكلة المعقدة، مما يمكنهم من ابتكار حلول تتجاوز البدائل التقليدية

(0.5ن)- **التفاؤل (Optimism)** يتبنون افتراضاً مفاده أنه مهما كانت قيود المشكلة كبيرة، هناك على الأقل حل واحد محتمل يمكن أن يكون أفضل من البدائل المتاحة.

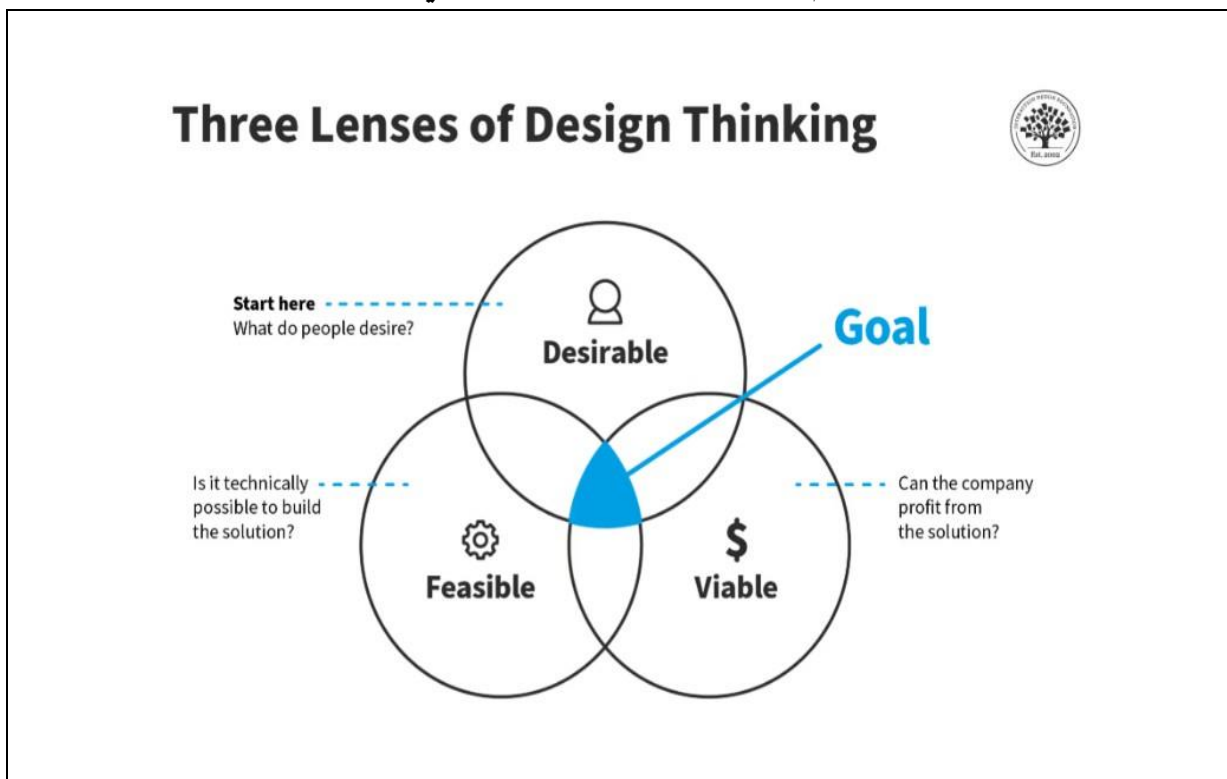
(0.5ن)- **التجريبية (Experimentalism)** يدركون أن الابتكارات لا تتحقق من خلال تعديلات طفيفة، بل من خلال طرح أسئلة استكشافية واختبار القيود بطرق إبداعية تفتح مسارات جديدة تماماً.

(0.5ن)- **التعاون (Collaboration):** في ظل تزايد تعقيد المنتجات والخدمات والتجارب، يصبح التعاون متعدد التخصصات ضرورة عملية تفوق فكرة "المخترع العبقري المنعزل". ويعمل أفضل مفكري التصميم جنباً إلى جنب مع متخصصين من مجالات متنوعة، وغالباً ما يمتلكون خبرة واسعة في أكثر من مجال.

*السؤال الثاني (3.5ن): - ما هي أهداف التفكير التصميمي

عملية التفكير التصميمي إلى تحقيق التوازن بين ثلاثة معايير أساسية تُعد محددات رئيسية لنجاح الحلول المبتكرة. يتمثل المعيار الأول في الرغبة (Desirability)، والذي يركز على فهم احتياجات الأفراد وتوقعاتهم، وما الذي يمثل قيمة حقيقية لهم. أما المعيار الثاني فهو الإمكانية (Feasibility)، ويعنى بمدى قدرة الحل المقترح على التحقق من الناحية التقنية والتكنولوجية في ضوء الموارد والمعارف المتاحة. في حين يتمثل المعيار الثالث في الجدوى (Viability)، والذي يقيس قابلية الحل للاستمرار اقتصاديًا، وقدرة المؤسسة أو الشركة على تحقيق قيمة مالية وربحية من خلاله. وعادةً ما تنطلق فرق العمل في التفكير التصميمي من معيار الرغبة بوصفه نقطة البداية، ثم تعمل لاحقًا على إدماج بعدي الإمكانية والجدوى، بما يضمن تطوير حلول تتمحور حول الإنسان وقابلة للتنفيذ ومستدامة اقتصاديًا. من أهم خصائص توفر المعايير الأساسية لنجاح الحلول المبتكرة (2ن)

الشكل رقم (01): أهداف التفكير التصميمي (1.5ن)



-السؤال الثالث (2.5ن): ماهي المرحلة الأولى التفكير التصميمي

المرحلة الأولى: مرحلة التقمص (Empathize) (بحث احتياجات المستخدمين) (1ن) هي المرحلة الأولى في عملية التفكير التصميمي، وتركز على فهم المشكلة من منظور المستخدمين. (1ن) في هذه المرحلة، يستكشف الفريق طبيعة المشكلة التي يسعى المنتج أو الحل إلى معالجتها، ويعمل على جمع رؤى معمقة حول احتياجات وتجارب الأشخاص المتأثرين بها. ويستخدم باحثو تجربة المستخدم أدوات (0.5ن) مثل المقابلات، والملاحظة، وتحليل المعرفة القائمة لفهم السياق الحالي للمشكلة. وتهدف هذه المرحلة إلى تحديد ما الذي يجب حله ولماذا، مما يؤسس لفهم عميق يمكن الفريق من تطوير حلول مبتكرة وملائمة لاحقًا. في هذه المرحلة، يسعى الفريق إلى فهم المشكلة بعمق، عادةً من خلال بحث المستخدمين وجمع رؤى مباشرة حول احتياجاتهم وتجاربهم. ويُعدّ التعاطف (Empathy) عنصرًا جوهريًا في التفكير التصميمي، إذ يمكّن المصممين من تنحية الافتراضات الشخصية جانبًا والتركيز على الواقع التجريبي للمستخدمين، مما يتيح لهم اكتساب فهم أعمق للسلوكيات والدوافع والتحديات التي تواجه الأفراد، وبالتالي تصميم حلول ملائمة وفعالة.

