

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

التصحيح النموذجي لامتحان الدورة العادية للسداسي الثاني في مقياس إدارة الإبداع والابتكار سنة أولى ماستر مالية
الجواب الأول: 2ن

كيف يساهم الإبداع المفتوح في تعزيز القدرة التنافسية للمنظمة؟

يسهم تبني استراتيجيات الإبداع المفتوح في تمكين المنظمات من تحقيق جملة من المزايا التنافسية، من أبرزها:

1- تسريع وتيرة الابتكار: يتيح الإبداع المفتوح تقليص الزمن اللازم لتطوير وتسويق المنتجات أو الخدمات الجديدة، من خلال توظيف الموارد والخبرات المتاحة خارج حدود المنظمة.

2- ترشيد تكاليف البحث والتطوير: يمكن هذا المدخل المنظمات من تقاسم التكاليف والمخاطر المرتبطة بأنشطة الابتكار مع شركاء خارجيين، كما يتيح لها الوصول إلى تقنيات ومعارف متخصصة دون تحمل أعباء استثمارية مرتفعة في البحث والتطوير الداخلي.

3- تعزيز المرونة والقدرة على التكيف: يدعم الإبداع المفتوح قابلية المنظمة للتأقلم مع تحولات السوق المتسارعة، إذ يسمح بالاستفادة من مدخلات متنوعة تمكّنها من الاستجابة السريعة للاتجاهات الناشئة واحتياجات العملاء والتطورات التكنولوجية.

4- تقوية الموقع التنافسي: يساعد الإبداع المفتوح المنظمات على الحفاظ على مكانتها في السوق من خلال توظيف خبرات ورؤى متعددة المصادر، الأمر الذي ينعكس في تقديم منتجات أو خدمات أكثر تميزًا وقدرة على المنافسة.

الجواب الثاني: 2ن

تتجلى أبرز سمات إدارة الابتكار في ظل الثورة الصناعية الرابعة فيما يلي:

1- التحول الرقمي.

2- الاعتماد على البيانات الضخمة والتحليلات المتقدمة.

3- الشراكات الابتكارية.

4- ترسيخ ثقافة الابتكار.

5- الاستدامة والمسؤولية الاجتماعية.

الجواب الثالث: 4ن الفرق بين الابداع والابتكار:

المعيار	الإبداع	الابتكار
التركيز	توليد الأفكار الجديدة	تطبيق الأفكار وتحويلها الى واقع
الطبيعة	عملية عقلية فردية	عملية تنظيمية جماعية
النتيجة	أفكار جديدة أو محسنة	مخرجات جديدة
العلاقة	الابداع هو المدخل للابتكار	الابتكار هو نتيجة للإبداع

الجواب الرابع: 4ن

هناك العديد من العوامل التي تساهم في تحفيز الإبداع التنظيمي، وفيما يلي أهم العوامل:

- 1- القيادة الداعمة: تُعد القيادة الداعمة من أهم العوامل المحفزة للإبداع التنظيمي، حيث يعمل القادة على توفير بيئة تشجع الموظفين على التفكير الإبداعي ودعم أفكارهم، مما يزيد من فرص ظهور حلول مبتكرة داخل المنظمة.
- 2- بيئة العمل الإيجابية: إن خلق بيئة عمل إيجابية تتسم بالمرونة والاحترام المتبادل بين الموظفين يعزز مستوى الإبداع، كما توفر هذه البيئة الشعور بالأمان لتقديم أفكار جديدة دون خوف من النقد أو الرفض.
- 3- التدريب والتطوير: يساهم الاستثمار في برامج التدريب والتطوير المهني في مساعدة الموظفين على اكتساب مهارات جديدة ومعارف متقدمة، مما يعزز قدرتهم على التفكير الإبداعي وحل المشكلات بطرق مبتكرة.
- 4- الحوافز والمكافآت: إن تقديم حوافز مادية ومعنوية للموظفين الذين يقدمون أفكارًا مبتكرة يشجع الآخرين على المشاركة في عمليات الإبداع، وقد تكون هذه الحوافز في شكل مكافآت مالية أو تقدير عام أو فرص للترقية الوظيفية.
- 5- التواصل الفعال: يساهم تعزيز التواصل الفعال داخل المنظمة من خلال بناء قنوات اتصال مفتوحة بين مختلف المستويات الوظيفية في نشر الأفكار المبتكرة وتطويرها بشكل مشترك، كما يتيح للأفراد مشاركة أفكارهم والحصول على ردود فعل بناءة.
- 6- مرونة الهيكل التنظيمي: تساعد الهياكل التنظيمية المرنة التي تسمح بالتجريب والتكيف مع التغيرات على تعزيز الإبداع.
- 7- التنوع والتبادل المعرفي: إن فرق العمل المتنوعة في الخبرات والخلفيات تساهم في توليد أفكار إبداعية جديدة.
- 8- الموارد والتقنيات: إن توفير الأدوات والتقنيات الحديثة، بالإضافة إلى تخصيص ميزانيات لدعم المشاريع الإبداعية، يسهل عملية الابتكار بشكل كبير.

الجواب الخامس: 4ن

يمكن توضيح مراحل توليد الأفكار الإبداعية وفق نموذج العصف الذهني العكسي كما يلي:

- 1- **تحديد المشكلة:** تهدف هذه المرحلة إلى تعريف المشكلة أو التحدي بشكل دقيق، بما يضمن فهمًا مشتركًا بين جميع المشاركين لسياق الجلسة وأهدافها. وتشمل الأنشطة تحديد المشكلة المراد معالجتها، وجمع المعلومات ذات الصلة من خلال البحث أو الاستطلاع، وعرض المشكلة على المشاركين للتأكد من وضوحها. ويتمثل المخرج في صياغة واضحة للمشكلة وفهم مشترك لطبيعتها.
- 2- **عكس المشكلة:** تسعى هذه المرحلة إلى إعادة صياغة المشكلة بشكل عكسي لاستكشاف حلول غير تقليدية. ويتم ذلك من خلال طرح سؤال محوري مثل: "كيف يمكننا جعل هذه المشكلة أسوأ؟"، ثم تشجيع الفريق على

اقترح أفكار تزيد من تعقيد المشكلة أو تفاقمها، مع تسجيل جميع الأفكار دون تقييم في هذه المرحلة. ويتمثل الناتج في قائمة من الأفكار التي تبرز كيفية تفاقم المشكلة.

3- توليد الأفكار حول كيفية جعل المشكلة أسوأ: تهدف هذه المرحلة إلى إنتاج أكبر عدد ممكن من الأفكار المتعلقة بتفاقم المشكلة، مما يساعد على استكشاف مختلف جوانبها. وتشمل الأنشطة تشجيع التفكير الحر والمبتكر، واستخدام تقنيات العصف الذهني لتعزيز المشاركة، وتسجيل جميع المقترحات دون قيود أو أحكام مسبقة. ويتمثل المخرج في قائمة موسّعة ومتنوعة من الأفكار السلبية.

4- تحليل الأفكار وتحويلها إلى حلول: تركز هذه المرحلة على تحويل الأفكار السلبية إلى حلول إيجابية عملية. ويتم ذلك من خلال طرح سؤال معاكس لكل فكرة مثل: "كيف يمكننا فعل العكس لتحقيق نتيجة إيجابية؟"، ثم تحليل كل فكرة وتحويلها إلى إجراء عملي يساهم في تحسين المشكلة الأصلية. ويتمثل الناتج في مجموعة من الحلول الإبداعية والفعالة.

5- اختيار أفضل الأفكار: تهدف هذه المرحلة إلى انتقاء الحلول الأكثر فعالية وقابلية للتطبيق. وتشمل الأنشطة تقييم الأفكار وفق معايير محددة، واستخدام أدوات مثل التصويت الجماعي أو تحليل التكلفة والعائد، إضافة إلى مناقشة النتائج لضمان توافق الفريق. ويتمثل المخرج في قائمة بالأفكار المختارة التي سيتم تنفيذها.

6- تنفيذ الحلول: تتمثل هذه المرحلة في تطبيق الحلول المختارة بشكل عملي. وتشمل الأنشطة إعداد خطة تنفيذ واضحة تتضمن الجدول الزمني والمسؤوليات، ومتابعة التنفيذ وتقييمه بشكل مستمر، مع إجراء التعديلات اللازمة عند الحاجة. ويتمثل الناتج في تحقيق تحسن ملموس في المشكلة الأصلية والوصول إلى الأهداف المرجوة.

الجواب السادس: 4ن

1. تواجه الحملات التسويقية الإبداعية العديد من التحديات التي ينبغي على المسوقين التغلب عليها لضمان تحقيق أهدافهم أهمها: 1. اختراق الضوضاء التسويقية الهائلة.

2. مقاومة الجمهور للأفكار الجديدة وغير التقليدية.

3. صعوبة قياس العائد على الاستثمار الإبداعي.

4. الحاجة إلى التوازن بين الإبداع والقيود العملية.

5. تلبية توقعات جمهور متنوع ومتغير.

6. الخوف من الفشل والمخاطرة.

7. مواكبة التغيرات السريعة في التكنولوجيا والثقافة.