

السؤال الأول: 5 نقاط

- تساهم إدارة المعرفة في إيجاد بيئة محفزة في المنظمة تسهل عملية إبداع نقل ومشاركة المعرفة، كيف يتم ذلك؟ وماهي المقومات اللازمة لذلك؟

السؤال الثاني: 4 نقاط

- يعتبر اقتصاد المعرفة المحرك الأساسي لعملية النمو وخلق الثروة وفرص التوظيف في كامل الصناعات. فما هي أبرز خصائصه؟ وماهي الفرص التي أتاحها أمام المؤسسات؟

السؤال الثالث: 5 نقاط

- مع التطور السريع لتكنولوجيا المعلومات والاتصالات وزيادة حدة المنافسة، صار لزاما على المؤسسات أن تتبنى أساليب اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي، قدم تعريفا دقيقا لكل منهما تبرز من خلاله أهم الخصائص وحدد في شكل نقاط أبرز الفروقات بينهما.

السؤال الرابع: 6 نقاط

- تتبع الشركات الرائدة عدة استراتيجيات من أجل حماية مركزها التنافسي، وضح ذلك.
- اذكر اهم معوقات تطبيق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في الجزائر.

بالتوفيق

تصحيح الامتحان

السؤال الأول: 5 نقاط

1- تساهم إدارة المعرفة في إيجاد بيئة محفزة في المنظمة تسهل عملية إبداع نقل ومشاركة المعرفة، وذلك من خلال العمليات الجوهرية التالية: (2ن)

تشخيص المعرفة، تحديد أهداف المعرفة، توليد المعرفة، خزن المعرفة، تطبيق المعرفة، تنظيم المعرفة، استرجاع المعرفة، إدامة المعرفة.

2- مقومات إدارة المعرفة: إن أي نظام لإدارة المعرفة لا بد أن تتوفر فيه بعض الخصائص ليكون قادرا على تحقيق الأهداف التي صمم من أجلها ومن أبرزها ما يلي: (3ن)

- أن يكون مرنا وذلك لاستيعاب التغيرات وإدخال التعديلات اللازمة.
- أن يكون قادرا على تزويد المنظمة بالمعرفة اللازمة وضمان ديمومتها واستمراريتها.
- توفر العناصر البشرية المؤهلة القادرة على إدارة النظام.
- القيادة الكفؤة والتي تعمل على إيجاد ثقافة تشاركية للمعرفة لتعزيز تدفق المعلومات بشكل إنسيابي.
- التركيز على تدفق المعرفة أكثر من تخزينها.
- الابتكار والتأكيد على فرص التعلم المستمر للأفراد.
- دفع العاملين للتطوير والمشاركة بالرؤيا الجماعية.

السؤال الثاني: 4 نقاط

1- خصائص اقتصاد المعرفة: (2)

- هو اقتصاد لا يعاني الندرة، فهو اقتصاد الموارد التي يمكن زيادتها عبر الاستخدام المتزايد للمعلومات والمعرفة
- هو اقتصاد تتقلص فيه أهمية الموقع من خلال الاستخدام الملائم لتكنولوجيا المعلومات
- إن مفتاح القيمة في اقتصاد المعرفة هو في مدى تنافسية رأس المال البشري
- القدرة على الابتكار وتوليد منتجات فكرية جديدة
- المرونة الفائقة والقدرة على التكيف مع المتغيرات والمستجدات السريعة

2- الفرص التي يتيحها للمؤسسات: (2)

- توسيع السوق محليا وعالميا من خلال سهولة وسرعة زيادة العملاء واختيار أفضل الموردين في العالم
- خفض تكاليف انتاج وتوزيع وتخزين واستعادة المعلومات، وكذا خفض تكاليف الاتصالات
- خفض المخزون والمصروفات الاضافية باتباع أسلوب التصنيع عند الطلب، وكذا خفض الزمن بين الطلب واستلام المنتج أو الخدمة
- القدرة على استحداث مجالات اعمال متخصصة، ودعم الابداع والابتكار في المؤسسة
- تحسين صورة المؤسسة وتحسين خدمة العميل والوصول إلى شركاء جدد وزيادة المرونة

السؤال الثالث: 5 نقاط

1 - تعريف اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي مع إبراز أهم الخصائص:

اليقظة الاستراتيجية هي تنظيم يسعى لمعرفة بيئة الأعمال واستباق التغيرات (الإشارات الضعيفة) فهي سيرة معلوماتية تكون من خلالها المنظمة في استماع لبيئتها حتى تتمكن من اتخاذ القرارات والتسيير فيما بعد بهدف خلق وتعظيم فرص الأعمال وتقليل عدم اليقين. (1ن)

وبذلك تكون اليقظة استراتيجية، تطوعية، استشرافية، ابداعية، جماعية، تتأثر بالمحيط (1ن)

أما الذكاء الاقتصادي فهو مجموعة الأنشطة المنسقة للبحث، المعالجة والتوزيع من أجل استغلال المعلومة النافعة المتعلقة بالأعوان الاقتصاديين، حيث تتم هذه الأنشطة المختلفة بطريقة شرعية، مع ضرورة توفير ضمانات الحماية اللازمة لحفظ ذمة المؤسسة في أحسن شروط الجودة، المدة، التكلفة. (1ن)

وبذلك يضم الذكاء الاقتصادي العديد من المفاهيم كالأمن الاقتصادي (الحماية)، اليقظة الاستراتيجية، التأثير... (1ن)

2 - تحديد أبرز الفروقات بينهما: (1ن)

- الذكاء الاقتصادي هو يقظة منظمة تهدف إلى المساعدة في اتخاذ القرار، وضمان سلامة وأمن المعلومات في المؤسسة.
- اليقظة لا تغير أو لا تؤثر في المحيط الذي تمارس عليه الملاحظة، إذ تكمن مهمتها في الكشف، في حين أن الذكاء له دور مؤثر ومغير للبيئة.
- المعلومات المعالجة بواسطة اليقظة الاستراتيجية صادرة من بيئة المؤسسة الخارجية لكن الذكاء الاقتصادي يستمع أيضا للبيئة الداخلية.

السؤال الرابع: 6 نقاط

1- استراتيجية الشركات الرائدة: تسعى الشركات القائدة للاحتفاظ بمركزها الريادي في السوق الذي تعمل فيه من خلال: (3 ن)

- + توسيع نطاق السوق الكلية: وذلك من خلال
 - البحث عن مستعملين جدد للمنتجات؛
 - البحث عن استعمالات جديدة للمنتج؛
 - زيادة معدلات استخدام المنتج.
- + حماية المركز التنافسي للشركة: من خلال تطبيق عدة استراتيجيات:
 - استراتيجية الابتكار والتجديد المستمر للمنتجات مما يحد من قدرة المنافسين على متابعة أعمالها.
 - استراتيجية التحصين وذلك بتوسيع تشكيلة المنتج مما يؤدي إلى إشباع مختلف الحاجات الكامنة ومن ثم زيادة رضا المستهلك، وجذب الموزعين للتعامل في المنتج، ووضع السعر بالصورة التي تتفق مع توقعات المستهلكين له
 - استراتيجية المواجهة والتحدي، بالقيام بتخفيضات كبيرة (حروب سعرية) أو القيام بحملات ترويجية مكثفة.
 - استراتيجية التهديد وذلك بتهديد الموردين أو الموزعين بعدم التعامل معهم في حال استمرارهم في التعامل مع المنافسين، أو بجذب الكفاءات العالية للشركات المنافسة إليها بالأجور العالية، أو إشاعة أخبار سيئة عن الشركات الأخرى.
- + تحسين المركز التنافسي للشركة: وذلك بمحاولة الشركة زيادة حصتها السوقية (المبيعات الإجمالية) من خلال التحسين المستمر في عناصر المزيج التسويقي، إلا أن هذا قد يتطلب من الشركة تكاليف باهضة.

2- اهم معوقات تطبيق اليقظة الاستراتيجية والذكاء الاقتصادي في الجزائر: (3 ن)

- معوقات تطبيق اليقظة الاستراتيجية في الجزائر: (1.5 ن)
 - عدم وضوح ودقة الأهداف الاستراتيجية، قلة الخبرة، مشكلة سرية التوجهات الاستراتيجية للمؤسسة، ضعف المؤشرات، عدم وجود توافق بين المنظمة والأنظمة القائمة، غياب الاستقرار في التنظيم القائم.
- معوقات الذكاء الاقتصادي في المنظمة الجزائرية: (1.5 ن)
 - ضعف التناسق بين المؤسسة والمحيط العلمي، غياب التحسيس، غياب المحيط الجامعي، ضعف وعدم كفاية التعريفات المقدمة للذكاء الاقتصادي، اليقظة التكنولوجية المنتشرة حاليا في المؤسسات الجزائرية هي غير منظمة.